



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

CICOM

Centro de  
Investigación en  
Comunicación

**ALAIC**

# ALAIC 2018

30 JUL-01 AGO | COSTA RICA

XIV Congreso de la Asociación  
Latinoamericana de Investigadores  
de la Comunicación



Comunicación en sociedades diversas:  
Horizontes de inclusión, equidad y democracia

**Memorias**

**Grupo Temático 16:**

*Estudios sobre Periodismo*



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

CICOM

Centro de  
Investigación en  
Comunicación

ALAIC



Comunicación en sociedades diversas:  
Horizontes de inclusión, equidad y democracia

---

**Grupo Temático 16:**

***Estudios sobre Periodismo***

Universidad de Costa Rica  
San Pedro

**ISSN 2179-7617**

---

## ÍNDICE

---

<b>FRAMING DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE (TLCAN) EN LA OPINIÓN PUBLICADA POR LA PRENSA MEXICANA: LOS PRIMEROS CUATRO MESES DE TRUMP</b> <i>María Luisa Azpíroz</i>	06
<b>ENTRE EL ARTIFICIO Y EL ACASO EN EL FOTOPERIODISMO DE CONFLICTOS: EL DISCURSO VISUAL EN LAS IMÁGENES DE LA GUERRA EN LIBIA</b> <i>Bruno Cavalcante Pereira</i>	15
<b>VERDADE X MENTIRA: A AMEAÇA DAS FAKE NEWS NO COTIDIANO DO TELEJORNALISMO</b> <i>Flávio A.C. Porcello</i>	19
<b>CORRESPONDENCE OF 'WAR' IN BRAZIL: A HISTORICAL PERSPECTIVE</b> <i>Maria Jandyra Cavalcanti-Cunha, Vítor de Abreu Corrêa</i>	24
<b>LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA NIÑEZ EN AMÉRICA LATINA Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD FRENTE A LA LEGISLACIÓN VIGENTE SOBRE DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA</b> <i>Diana Mireya Pedraza González</i>	29
<b>PRENSA LESBIANA EN BRASIL: ¿DÓNDE ESTÁ ESTA HISTORIA?</b> <i>Paula Évelyn Silveira Barbosa</i>	37
<b>TELEDIARIO Y AUDIENCIA ACTIVA: REFLEXIONES SOBRE EL PROCESO DE SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS</b> <i>Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior, Javier Díaz Noci, Kellyanne Carvalho Alves</i>	41
<b>JORNALISMO E INTELIGIBILIDADES PRECÁRIAS EM COBERTURAS DE VIOLÊNCIAS CONTRA MULHERES</b> <i>Carlos Alberto de Carvalho</i>	46
<b>COLECTIVOS INDEPENDIENTES DE PERIODISMO EN AMÉRICA LATINA: EL "QUINTO PODER" POPULAR</b> <i>Edson Capoano, Renato Essenfelder</i>	51
<b>A CONSTRUÇÃO DA VERDADE SOBRE O GOLPE DE 1964 EM NARRATIVAS JORNALÍSTICAS: UMA ANÁLISE SOBRE O JORNAL DO BRASIL E O JORNAL O DIA</b> <i>Edison Mineiro de Araújo Júnior, Ana Regina Barros Rêgo Leal</i>	60
<b>O PRESÍDIO EM NOVAS GRADES: OS NOVOS ESPAÇOS DA INFORMAÇÃO NA TELEVISÃO BRASILEIRA</b> <i>Carla Ramalho Procópio</i>	72
<b>REFLEXÕES SOBRE O JORNALISMO DE DADOS: ALGUMAS INTERPRETAÇÕES SOBRE O BLOG BRASILEIRO ESTADÃO DADOS NA CAPTURA E TRATAMENTO DE INFORMAÇÕES</b> <i>Myrian Del Vecchio-Lima, Patrícia Pivoto Specht</i>	78
<b>TELEJORNALISMO E DITADURA MILITAR: A RESSIGNIFICAÇÃO DO PASSADO PELA MAIOR REDE DE TV DO BRASIL</b> <i>Christina Ferraz Musse, Humberto Viana</i>	84
<b>VALORES PROFESIONALES Y AUTONOMÍA DEL PERIODISTA EN ENTORNOS VIOLENTOS</b> <i>José Luis Lemini Camarillo</i>	89
<b>VEICULAÇÃO DE NOTÍCIAS SOBRE AS ENCHENTES NO RIO GRANDE DO SUL NOS PORTAIS DE NOTÍCIAS DE TENENTE PORTELA</b> <i>Lidia Paula Trentin</i>	94
<b>ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO DEL CIBERPERIODISMO MEXICANO INDEPENDIENTE.</b> <i>Salvador De León Vázquez</i>	99
<b>TELEJOURNALISM AND TRANSGRESSION: SANDRA PASSARINHO, THE BRAZILIAN TV NEWS REPORTER THAT GREW OLD ON HEGEMONIC TELEVISION</b> <i>Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e Souza</i>	104

<b>IDENTIDADE, CULTURA E NAÇÃO: AS INTERVENÇÕES “INTELECTUAIS” NAS PÁGINAS DE OPINIÃO DO LA PRESSE (QUEBEC) E JORNAL DO BRASIL (BRASIL) ENTRE 1984 E 1993</b>	<b>110</b>
<i>Fábio Henrique Pereira</i>	
<b>IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES DE LOS MEDIOS NACIONALES EN EL CUBRIMIENTO DEL PROCESO DE PAZ EN COLOMBIA 2012-2017</b>	<b>115</b>
<i>Mario Enrique Morales Rincón</i>	
<b>TWITTER COMO HERRAMIENTA DE USO PROFESIONAL EN EL PERIODISMO. LA SITUACIÓN EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA, ARGENTINA.</b>	<b>120</b>
<i>Dafne García Lucero</i>	
<b>EL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA PRENSA PERUANA EN EL CONTEXTO DE LA COP20</b>	<b>125</b>
<i>María José Palacios Esparza, Juan Fernando Bossio</i>	
<b>“NOSSA GRANDE PREOCUPAÇÃO É FAZER LIVROS QUE RESISTAM AO TEMPO”</b>	<b>132</b>
<i>Alexandre Zarate Maciel</i>	
<b>FASES E DESENVOLVIMENTO DO TELEJORNALISMO BRASILEIRO</b>	<b>137</b>
<i>Edna De Mello Silva</i>	
<b>PERIODISMO, PROXIMIDAD Y DESARROLLO REGIONAL EN ALTA PAULISTA – SÃO PAULO</b>	<b>147</b>
<i>Roberto Reis de Oliveira</i>	
<b>MEDIOS Y ESPACIO URBANO: UN ANÁLISIS DE LA COBERTURA DE LA VIOLENCIA EN RÍO DE JANEIRO</b>	<b>153</b>
<i>Ivanise Hilbig de Andrade, Mateus Augusto Ferreira</i>	
<b>“A VERDADE DOS FATOS”: REPRESENTAÇÃO POLÍTICA PARTIDÁRIA DA SUCESSÃO GOVERNAMENTAL PIAUIENSE NO EDITORIAL DE FOLHA DA MANHÃ DE 1958</b>	<b>159</b>
<i>Nilsângela Cardoso Lima</i>	
<b>“DESCRIPCIÓN DE UNA NUEVA ÁREA TEMÁTICA EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE PERIODISMO A PARTIR DEL SURGIMIENTO DEL CONCEPTO DE POSVERDAD Y DE LAS NOTICIAS FALSAS”</b>	<b>164</b>
<i>Patricia María Nigro</i>	
<b>A CRISE DO JORNALISMO NA SOCIEDADE DA INFLAÇÃO DAS INFORMAÇÕES</b>	<b>169</b>
<i>Dennis de Oliveira</i>	
<b>EMOÇÃO VERSUS RAZÃO: A NARRATIVA DO JORNALISMO AUDIOVISUAL NA WEB</b>	<b>175</b>
<i>Cristiane Finger, Silvio Barbizan</i>	
<b>RELAÇÕES DE GÊNERO E DISCURSO DE ÓDIO: ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS EM MATÉRIA DO PORTAL G1 SOBRE FEMINICÍDIO</b>	<b>181</b>
<i>Marcília Luzia Gomes da Costa Mendes, Maria das Graças Pinto Coelho, Jeanemeire Eufrásio da Silva</i>	
<b>QUE CRIME É NOTÍCIA? UMA ANÁLISE DE MATRIZES DISCURSIVAS QUE PERPASSAM A REPORTAGEM INVESTIGATIVA NO BRASIL</b>	<b>187</b>
<i>Seane Alves Melo, Marco Roxo</i>	
<b>O JORNALISMO PRODUZIDO A PARTIR DAS PERIFERIAS DE SÃO PAULO</b>	<b>193</b>
<i>Cláudia Nonato</i>	
<b>VARIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS ROLES PERIODÍSTICOS EN LOS DEBATES PRESIDENCIALES TELEVISADOS DE CHILE EN 2005 Y 2013</b>	<b>198</b>
<i>Enrique Salvador Núñez-Mussa</i>	
<b>PERIODISMO “SITUADO”: LO QUE REVELA LA FIRMA EN LAS NOTICIAS</b>	<b>205</b>
<i>Claudia Mónica Tapia Vásquez</i>	

<b>INTERESSE PÚBLICO E JORNALISMO: UMA ANÁLISE DA AGÊNCIA CÂMARA NOTÍCIAS SOB O ENFOQUE DA TEMATIZAÇÃO DE SUA PRODUÇÃO</b>	<b>211</b>
<i>Leidyane Viana, Edgard Patrício</i>	
<b>DE VÍCTIMAS Y VICTIMARIXS: NOTICIAS SOBRE CASOS DE ABUSOS SEXUALES CONTRA NIÑAS Y ADOLESCENTES EN MEDIOS GRÁFICOS</b>	<b>217</b>
<i>Cecilia Inés Yornet, Gabriela Nérida Lucero</i>	
<b>A COBERTURA DOS CASOS DE SUICÍDIO NOS BLOGS DE VITÓRIA DA CONQUISTA</b>	<b>225</b>
<i>Vanessa Luzia Martins Vilarim, Carmen Regina de Oliveira Carvalho, André Caetano Thibes</i>	
<b>O IMAGINÁRIO DO BRASIL NA COPA DO MUNDO DE 2014: DO MITO DO FUTURO AO MITO DA MUDANÇA</b>	<b>232</b>
<i>Larissa Caldeira de Fraga</i>	
<b>MÍDIA, POLÍTICA E RELIGIÃO NO BRASIL: O CASO DEPUTADO EDUARDO CUNHA NO PORTAL GOSPEL MAIS DURANTE O IMPEACHMENT DE 2016</b>	<b>238</b>
<i>Ana Paula Leitão, Liziane Soares Guazina</i>	
<b>LAS CULTURAS PERIODÍSTICAS DEL PERIODISMO DEPORTIVO REGIONAL: ROLES PROFESIONALES Y LIMITANTES DE LA AUTONOMÍA EN SONORA, MÉXICO</b>	<b>244</b>
<i>Ángel Iván Húguez Sánchez, Mireya Márquez-Ramírez</i>	
<b>REFLEXIONES SOBRE PERIODISMO EN COLOMBIA DESDE LA EXPERIENCIA DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA (CIP-CUN), DE LA CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN DE BOGOTÁ</b>	<b>251</b>
<i>John Rodríguez Saavedra</i>	
<b>EL PERIODISMO EN VENEZUELA SE EJERCE EN UN CONTEXTO PRECARIO</b>	<b>255</b>
<i>Andrés Cañizález</i>	
<b>INSTRUMENTALIZACIÓN POLÍTICA DE LA PRENSA EN VERACRUZ EN UN CONTEXTO DE VIOLENCIA (2010-2016)</b>	<b>266</b>
<i>Celia del Palacio</i>	
<b>LA AUTONOMÍA DE LOS PERIODISTAS COLOMBIANOS EN CONTEXTOS DE VIOLENCIA SOCIAL Y POLÍTICA</b>	<b>271</b>
<i>Miguel Efrén Garcés-Prettel, Jesús Antonio Arroyave-Cabrera</i>	
<b>A LIDA DO JORNALISMO COM BASE EM DADOS PÚBLICOS: O CASO DO LIVRE.JOR</b>	<b>277</b>
<i>Denise Becker, Zaclis Veiga</i>	
<b>O COMENTÁRIO E PARTICIPAÇÃO NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO UM ESTUDO DO JORNAL DA CULTURA 2ª EDIÇÃO</b>	<b>284</b>
<i>Valquíria Aparecida Passos Kneipp</i>	
<b>MULHERES E JORNALISTAS: O OLHAR DOS PESQUISADORES NO BRASIL</b>	<b>292</b>
<i>Ana Carolina Rocha Pessôa Temer, Marli dos Santos</i>	
<b>AGENDA DE LOS MEDIOS URUGUAYOS EN LA TEMÁTICA DE TRANSPARENCIA. ESTUDIO LONGITUDINAL. 2017</b>	<b>301</b>
<i>Beregna Giorgina Santangelo Ramirez, Daniel Blanc Bellido, Abril Bengoechea Neves</i>	
<b>JOURNALISM IN RECONFIGURATION: NEW CONTRACTS AND HIRINGS</b>	<b>307</b>
<i>Mozahir Salomão Bruck</i>	
<b>CENSURA E AUTOCENSURA EM CONTEXTOS DE VIOLÊNCIA: REFLEXÕES DE JORNALISTAS MEXICANOS</b>	<b>312</b>
<i>Angela Zamin, Cleusa Jung</i>	

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# Framing del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la opinión publicada por la prensa mexicana: los primeros cuatro meses de Trump

## Framing of the North American Free Trade Agreement (NAFTA) in the Opinion Published by the Mexican Press: The First Four Months of Trump

María Luisa Azpíroz<sup>1</sup>

**RESUMEN:** Una de las promesas de la campaña electoral de Donald Trump fue la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), firmado en 1994 por Estados Unidos, Canadá y México. Ya con Trump como presidente, ¿reflejó la prensa mexicana la inquietud y las perspectivas respecto a las implicaciones que la renegociación del TLCAN tendría para el país? Esta pregunta podría responderse con un análisis de las piezas de opinión, en las que distintos autores pueden ofrecer su interpretación de la actualidad sin constricciones de objetividad e imparcialidad. Este artículo, recurriendo al "framing" y a la crítica retórica como base metodológica, ofrece un análisis de las piezas de opinión relativas al TLCAN que se publicaron en dos periódicos mexicanos (*El Universal* y *Reforma*) durante los primeros cuatro meses de gobierno de Donald Trump.

**PALABRAS CLAVE:** TLCAN; prensa mexicana; "framing".

**ABSTRACT:** One of the promises of Donald Trump's election campaign was the renegotiation of the North American Free Trade Agreement (NAFTA), signed in 1994 by the United States, Canada and Mexico. Since Trump has been in office, has the Mexican press reflected the concerns and prospects that renegotiating NAFTA would have for the country? This question could be answered with an analysis of the pieces of opinion, in which different authors can offer their interpretation without the constraints of objectivity and impartiality. This article, using framing and rhetorical criticism as a methodological basis, offers an analysis of the opinion pieces about NAFTA that were published in two Mexican newspapers (*El Universal* and *Reforma*) during the first four months of Donald Trump's government.

**KEYWORDS:** NAFTA; Mexican press; framing.

### 1. EL TLCAN Y LA PRESIDENCIA DE DONALD TRUMP

Una de las promesas destacadas en la campaña electoral de Donald Trump fue la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), por lo que cabe esperar que la prensa mexicana reflejase la inquietud y las perspectivas existentes en el país respecto a las implicaciones de la nueva presidencia estadounidense para este tratado. Dicha hipótesis podría comprobarse con un análisis de las piezas de opinión, en las que distintos autores pueden ofrecer su interpretación de la actualidad sin las constricciones de objetividad e imparcialidad propias de las piezas de información. Es por ello por lo que este artículo ofrece un análisis de las piezas de opinión relativas al TLCAN que se publicaron en dos periódicos generalistas mexicanos (*El Universal* y *Reforma*) durante los primeros cuatro meses de gobierno de Donald Trump.

### 2. METODOLOGÍA

La teoría del "framing" o encuadre se define como el proceso por el que diferentes actores usan el lenguaje para definir y construir interpretaciones de asuntos y para conectarlos con un contexto más amplio (Kinder y Nelson, 2005). En comunicación política, "framing" es el proceso por el que los actores políticos seleccionan y establecen prioridades cuando interpretan y explican la realidad (Entman, 2008).

La literatura empírica sobre "framing" identifica los "mecanismos de razonamiento" como proveedores de justificaciones o argumentos para la adopción de ciertos "frames" (Gamson y Modigliani, 1989). Las cuatro "funciones de frame" señaladas por Robert Entman (2008): identificación de problemas, análisis causal, propuesta de soluciones y

<sup>1</sup> María Luisa Azpíroz. Universidad Panamericana, Campus México. Doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra (España) mazpiroz@up.edu.mx

evaluación; podrían considerarse "mecanismos de razonamiento" muy similares a los propuestos por Gamson y Modigliani: análisis causal, consecuencias y efectos, apelación a principios.

En esta investigación se identifican "mecanismos de razonamiento" presentes en los artículos de opinión para determinar qué interpretaciones fueron predominantes en los periódicos analizados. Dichos mecanismos de razonamiento se clasifican en los horizontes temporales "pasado" (repercusiones que ha tenido el TLCAN desde su puesta en marcha: causas de la situación actual), "presente" (propuestas sobre la dirección que han de llevar las negociaciones y apelación a principios al respecto) y "futuro" (posibles consecuencias de lo que se decida respecto al TLCAN). De esta manera, se realiza una aportación metodológica que complementa a los "mecanismos de razonamiento" ya propuestos por Entman, Gamson y Modigliani, añadiendo la variable de la dimensión temporal. El apartado "pasado" se vincula con el "análisis causal"; el "presente" con las "propuestas de soluciones" y "apelación a principios"; y el "futuro" con "consecuencias y efectos".

Para el análisis se seleccionaron dos periódicos generalistas identificados como los más leídos por los mexicanos en 2016, según el Estudio de Anual de Periódicos 2016 realizado por el Departamento de Investigación de *Merca 2.0*<sup>2</sup>: *El Universal* y *Reforma*.

Se analizaron los artículos de opinión que contuviesen argumentos y perspectivas propias respecto al pasado, presente y futuro del TLCAN. El procedimiento seguido consistió en identificar interpretaciones correspondientes a mecanismos de razonamiento (causas-pasado, soluciones-presente, consecuencias-futuro) relativos al TLCAN, para posteriormente reconstruir la narrativa ofrecida al respecto. Para realizar el análisis y exponer los resultados, se siguió la propuesta de Jim A. Kuypers de analizar el "framing" desde la perspectiva de la crítica retórica (2009): la identificación y descripción de las funciones de "frame" se realiza mediante un análisis detallado y se respalda con evidencia textual, remitiendo a los artículos de opinión cuyo contenido sustenta las afirmaciones hechas. Para ello se elabora una lista de piezas numeradas que componen el total de la muestra analizada, y que se puede localizar en el anexo. Así se asegura la transparencia al explicar cómo se construyeron los "frames".

### 3. PASADO: LAS REPERCUSIONES AMBIVALENTES DEL TLCAN

En *El Universal* se señalan tres repercusiones positivas del TLCAN para México. Con el TLCAN México pasó de ser un país dependiente del petróleo a una economía manufacturera de exportación, especialmente en industria automotriz<sup>3</sup>. Además, el TLCAN ofreció un marco de certidumbre para que la inversión fluyera con confianza en México<sup>4</sup> y permitió consolidar importantes instituciones en el país<sup>5</sup>.

Del lado negativo se ofrecen numerosos argumentos sobre las repercusiones perjudiciales que el TLCAN ha tenido para México. Resulta llamativa la cantidad de argumentos autoinculpatorios que se encuentran, y que hacen referencia a los errores cometidos por el propio país a nivel interno. El hecho de no haber mejorado el sistema de justicia y educativo, no haber terminado con la corrupción y no haber fortalecido el Estado de derecho habrían llevado al país a un desempeño mediocre y vulnerable<sup>6</sup>. También fue un error desaprovechar el bono demográfico y dejar que se generase un rezago en el campo<sup>7</sup>. Otro aspecto negativo fue que México se centrara en la monoproducción y exportación de automóviles<sup>8</sup>, haciéndose competitivo con base en los bajos salarios y la precarización del empleo<sup>9</sup>. En este sentido, se critica también que México concentrara su exportación en Estados Unidos, pese a contar con una amplia red de tratados comerciales internacionales<sup>10</sup>. También fue un error de México la apertura comercial sin una política industrial interna<sup>11</sup> que fortaleciera las cadenas productivas y de valor<sup>12</sup>. Se dejó que industrias cruciales para aprovechar la demanda interna, conservar niveles de empleo y proteger la legalidad, sobreviviesen de manera precaria<sup>13</sup>. Sin el factor específico de autoinculpación, se señalan como repercusiones negativas del TLCAN un bajo crecimiento económico promedio en México<sup>14</sup>, una bajada de los salarios y un aumento de la corriente migratoria a Estados Unidos, con resultados de niveles de pobreza del 60%<sup>15</sup>.

<sup>2</sup> Véase: Iván Nava. "Periódicos, ¿cuál es el más leído por entre los mexicanos?", *Merca 2.0*, 16/02/2017.

<https://www.merca20.com/periodicos-leido-los-mexicanos/>

<sup>3</sup> 6, 16, 26, 27.

<sup>4</sup> 10, 12.

<sup>5</sup> 46.

<sup>6</sup> 12.

<sup>7</sup> 26.

<sup>8</sup> 6, 16.

<sup>9</sup> 6.

<sup>10</sup> 6, 17, 26.

<sup>11</sup> 17.

<sup>12</sup> 26.

<sup>13</sup> 26.

<sup>14</sup> 26.

<sup>15</sup> 10, 41, 63.

En *Reforma* predominan los argumentos positivos respecto a las repercusiones del TLCAN, desde su implementación en 1994. El TLCAN permitió a México desarrollar ventajas competitivas con Estados Unidos<sup>16</sup>, así como aumentar la producción y consumo de pollo gracias al maíz estadounidense importado para consumo animal<sup>17</sup>.

Del lado negativo también se encuentra el argumento autoinculpatorio hacia México, que se adaptó a la competencia china pero dejó de vender las bondades del TLCAN ante un público estadounidense cada vez más escéptico. Más recientemente, México dejó que Trump pusiera al país al nivel de China, como depredador comercial<sup>18</sup>.

#### 4. PRESENTE: LA RENEGOCIACIÓN DEL TLCAN, UNA OPORTUNIDAD PARA MÉXICO

Los argumentos encontrados en *El Universal* y *Reforma* respecto a la dirección que han de llevar las negociaciones se centran en cómo ha de negociar México, qué debería proponer y cómo podría aprovechar la oportunidad que ofrece la situación para el país, a nivel interno.

Sobre la manera en que México debería negociar, en *El Universal* se afirma que debería hacerlo con una estrategia clara<sup>19</sup>; en condiciones de respeto mutuo e igualdad<sup>20</sup>; con una postura firme y propositiva<sup>21</sup>; con valentía, capacidad y patriotismo<sup>22</sup>; con gran fuerza<sup>23</sup>; y con un alto nivel de ambición<sup>24</sup>; considerando que ciertas reglas son irrenunciables<sup>25</sup>. México no debería aceptar injerencias en la soberanía ni violación unilateral a los acuerdos o tratados<sup>26</sup>. Se considera factible la posibilidad de salir del TLCAN, aunque sea la última opción<sup>27</sup>. En *El Universal* se advierte de que el gobierno estadounidense quiere acelerar las negociaciones para obtener una salida en beneficio de sus intereses antes de que inicie el periodo electoral mexicano de 2018<sup>28</sup>, aprovechando las circunstancias de un gobierno mexicano debilitado y desprestigiado por los escándalos de corrupción, la creciente inseguridad y el deterioro de la situación económica<sup>29</sup>. Pero una negociación rápida podría llevar a demasiadas concesiones por la parte mexicana<sup>30</sup>. Uno de los artículos propone cinco principios para la renegociación del TLCAN: incluir todos los temas; partir del texto en vigor del TLCAN; dar el tiempo que sea necesario para alcanzar un buen acuerdo; escuchar a todas las voces y considerar la denuncia del TLCAN como una opción<sup>31</sup>.

En segundo lugar, respecto a qué debería proponer México, se considera positiva una revisión del tratado que haga a América del Norte más competitiva y abierta al mundo<sup>32</sup>, que involucre la construcción de nuevos pilares de productividad que puedan garantizar una Sustitución Competitiva de Importaciones Regional, impulsando la compra de lo Hecho en América del Norte en sustitución de otras regiones del mundo que no respetan las reglas del libre comercio<sup>33</sup>. México debería demostrar a Estados Unidos que su competitividad en el mundo depende de la integración de las cadenas de valor de los tres países, para lo cual es necesario buscar soluciones que permitan crear empleos a ambos lados de la frontera<sup>34</sup>. Una propuesta a este respecto es mejorar los mecanismos de verificación de origen de los productos que cruzan las fronteras del TLCAN, eliminando barreras comerciales entre los tres países involucrados y protegiendo la zona comercial creada para evitar que productos ajenos a ella se beneficien del libre tránsito de mercancías acordado entre los países firmantes<sup>35</sup>.

Con relación a cómo aprovechar la oportunidad que ofrece la situación para el país, a nivel interno, se destacan tres propuestas. Primero, la de fomentar el mercado interno<sup>36</sup> aprovechando la ola de depreciación del peso<sup>37</sup>, pero también rompiendo el modelo mexicano basado en sueldos bajos para promover la competitividad de las empresas exportadoras<sup>38</sup>, reconstruyendo una nueva base productiva<sup>39</sup>. Segundo, lograr un proyecto nacional propio y un programa de desarrollo industrial endógeno que permita a México dejar de ser una economía dependiente<sup>40</sup>. En este sentido, se habla de adquirir la

---

<sup>16</sup> 81.

<sup>17</sup> 94.

<sup>18</sup> 81.

<sup>19</sup> 1.

<sup>20</sup> 1.

<sup>21</sup> 6.

<sup>22</sup> 6.

<sup>23</sup> 6.

<sup>24</sup> 44.

<sup>25</sup> 18.

<sup>26</sup> 1.

<sup>27</sup> 8, 20, 22, 52.

<sup>28</sup> 36.

<sup>29</sup> 55.

<sup>30</sup> 39.

<sup>31</sup> 52.

<sup>32</sup> 22.

<sup>33</sup> 3.

<sup>34</sup> 7.

<sup>35</sup> 37.

<sup>36</sup> 18, 25, 54.

<sup>37</sup> 54.

<sup>38</sup> 25.

<sup>39</sup> 3.

<sup>40</sup> 36.



nueva visión de que México no debe aspirar a ser plataforma de exportación que importa y ensambla componentes de otros países, sino a impulsar mayor producción interna<sup>41</sup> y la soberanía económica del país<sup>42</sup>. Tercero, diversificar alianzas comerciales<sup>43</sup>, al tiempo que se buscan aliados estadounidenses a nivel local<sup>44</sup>.

En menor medida, en *El Universal* se habla de dos propuestas que Estados Unidos baraja para la negociación del TLCAN: la incorporación de un mayor porcentaje de contenido regional a las reglas de origen del tratado y la aplicación de un impuesto de ajuste fronterizo (BAT<sup>45</sup>) a las importaciones estadounidenses. En el primer caso, podría haber consecuencias positivas como una mayor integración entre las naciones miembro del TLCAN, fortalecimiento en las cadenas productivas y de proveeduría, generación de empleos, mayor competitividad y protección de la competencia desleal. Del lado negativo, México concentraría su comercio con Estados Unidos y reduciría su proceso de diversificación de exportación manufacturera, quedando vulnerable ante las decisiones estadounidenses<sup>46</sup>. Además, reglas de origen muy estrictas podrían desalentar la inversión europea y asiática en industrias como la automotriz y de autopartes, cuyo valor representa casi un tercio del total de las exportaciones mexicanas<sup>47</sup>. En cuanto a la aplicación del BAT, podría llevar a una distorsión de los precios y afectar a la movilidad de los factores productivos<sup>48</sup>. Como respuesta, del lado mexicano podría imponerse, tácitamente, un impuesto a las exportaciones estadounidenses hacia México<sup>49</sup>. Además, dicho impuesto afectaría negativamente a los bolsillos de las familias estadounidenses<sup>50</sup>.

En el caso de *Reforma* y los argumentos sobre cómo negociar, la propuesta es hacerlo despacio, para que los partidarios del TLCAN se puedan organizar y transformar el debate político americano y, a su vez, se erosione el capital político de Trump<sup>51</sup>. En este sentido, se apuesta por desplegar todos los recursos para tratar con gobernadores, alcaldes, congresistas, académicos y activistas de causas compartidas en Estados Unidos<sup>52</sup>. Y que México trate como un potencial aliado a cada empresa, agricultor, ganadero y prestador de servicios que pueda verse lastimado por una posible cancelación del TLCAN<sup>53</sup>. Se propone también buscar el trato directo con el gobierno de Canadá para exponer la posición de México<sup>54</sup> y lograr posturas comunes en temas de comercio, derechos laborales, medioambiente, educación, salud y, sobre todo, frente a la búsqueda estadounidense de eliminar los mecanismos de controversias en materia de competencia desleal<sup>55</sup>. Otro aspecto importante sería conocer las opciones jurídicas y estar preparados para operar bajo canales multilaterales (GATT, OMC) con los que se podría enfrentar la decisión que se adopte respecto al TLCAN y otras cuestiones como los aranceles compensatorios a las exportaciones mexicanas<sup>56</sup>. En este sentido, se propone dejar claro que la salida del TLCAN es una posibilidad real si los negociadores de Trump destruyen el espíritu de apertura del tratado<sup>57</sup>. Uno de los artículos propone que el Gobierno mexicano no acepte negociar mientras no se retire la orden ejecutiva para la construcción del muro y termine la persecución de mexicanos en Estados Unidos<sup>58</sup>. Para mejorar la situación en que está, México podría iniciar una campaña de cabildeo y relaciones públicas en Estados Unidos promoviendo las bondades del libre comercio, identificando a China como el problema y a México como la solución<sup>59</sup>. Se trataría también de recuperar la imagen de México en Estados Unidos, impidiendo que Trump lleve la narrativa<sup>60</sup>. También se apuesta, aceptando el argumento de Trump, por incrementar la competitividad, el valor agregado y el empleo, pero no sólo en Estados Unidos sino en toda la región del TLCAN. Esto se lograría manteniendo las reglas de origen o incluso planteando su incremento, y ofreciendo instrumentos concretos que permitan el incremento generalizado del valor agregado regional<sup>61</sup>.

A nivel interno en *Reforma* se considera que México debe buscar fortalecerse económicamente y volverse más competitivo<sup>62</sup>, depender menos de Estados Unidos<sup>63</sup> y construir un proyecto nacional independiente para el S.XXI<sup>64</sup>. El país debería impulsar el mercado interno, defender el acceso a los mercados que ya tiene y buscar abrir nuevos mercados<sup>65</sup>. Se

---

<sup>41</sup> 21, 42.

<sup>42</sup> 17.

<sup>43</sup> 1, 22, 31, 34.

<sup>44</sup> 31.

<sup>45</sup> Border Adjustment Tax.

<sup>46</sup> 70.

<sup>47</sup> 39.

<sup>48</sup> 51.

<sup>49</sup> 11.

<sup>50</sup> 27.

<sup>51</sup> 88.

<sup>52</sup> 77.

<sup>53</sup> 77.

<sup>54</sup> 77.

<sup>55</sup> 76.

<sup>56</sup> 12, 77, 90.

<sup>57</sup> 93.

<sup>58</sup> 90.

<sup>59</sup> 81.

<sup>60</sup> 81.

<sup>61</sup> 103.

<sup>62</sup> 73.

<sup>63</sup> 79.

<sup>64</sup> 84, 114, 116.

<sup>65</sup> 81.

señala también el problema de la energía: una modificación del TLCAN podría afectar a la exportación de combustible estadounidense a México, ya que la exportación a países con los que Estados Unidos no tiene tratado de libre comercio requiere engorrosas revisiones administrativas<sup>66</sup>.

## 5. FUTURO: POSIBLES ESCENARIOS ANTE EL FIN DEL TLCAN

Los argumentos sobre las consecuencias de lo que se decida respecto al TLCAN se enfocan principalmente en la hipótesis de una cancelación del tratado.

En *El Universal* se ofrece una perspectiva positiva, afirmando que la “catástrofe” por la cancelación del tratado no es tal<sup>67</sup>. México podría impugnar ante la OMC y los tribunales de Estados Unidos los aranceles que pretendan imponerse, y hacerlo con probabilidades de éxito<sup>68</sup>. De terminarse el TLCAN, se aplicarían las tarifas de la OMC, que seguirían siendo bajas para las importaciones que hace Estados Unidos<sup>69</sup>. Además, la inversión de empresas mexicanas podría quedarse en el país o irse a otros mercados con los que México está estrechando lazos e intentando diversificar su comercio<sup>70</sup>. El impacto de que se termine el TLCAN dependería de que México permanezca abierto e impere el Estado de derecho para las operaciones de comercio exterior e inversión extranjera, y de que la legalidad se extienda al resto de la economía<sup>71</sup>.

En *El Universal* también se ofrecen perspectivas de futuro pesimistas si se diese el caso de una cancelación del TLCAN. Se advierte de la posibilidad de que Trump no acepte las disposiciones de la OMC, o de que lo haga con varios años de rezago, cuando el daño ya ha sido causado<sup>72</sup>. Por tanto, los costos a corto plazo podrían ser considerables, especialmente en sectores y regiones de México que se venían beneficiando del TLCAN<sup>73</sup>. El fin del tratado regresaría a México a una situación de crisis similar a la de 1994<sup>74</sup>. Se advierte de que el TLCAN engloba prácticamente todo en la macroeconomía mexicana, por lo que las repercusiones de un cambio llegarían a todos los sectores, estén o no directamente relacionados con la exportación de México a Estados Unidos<sup>75</sup>. Una cancelación del TLCAN también produciría distorsiones en el proceso de formación de precios que podrían reducir el ingreso real de la población, llevar a menor consumo y a afectaciones a la demanda agregada y al crecimiento económico<sup>76</sup>.

*El Universal* incluye una serie de cuatro artículos que explican, de manera más bien técnica y objetiva, las consecuencias jurídicas que una cancelación del TLCAN podría tener en distintos ámbitos<sup>77</sup>. Estos artículos no ofrecen argumentos ni interpretaciones propias respecto al futuro, sino que explican qué instrumentos jurídicos regirían, según la legislación del momento, en caso de que se diera la cancelación del tratado. El autor de estos artículos concluye que, tras más de dos décadas, el TLCAN sigue siendo un instrumento de vanguardia en algunos aspectos, mientras que en otros es un instrumento normativo obsoleto que debe ser actualizado. Y que, si se cancelase el TLCAN, las reglas de la OMC serían una buena plataforma para construir una nueva relación comercial en América del Norte<sup>78</sup>.

En *Reforma* ofrecen visiones positivas respecto a las consecuencias de una posible cancelación del TLCAN, que se ve menos probable y catastrófica conforme pasa el tiempo<sup>79</sup>. Se afirma que dicho coste sería menor y muy inferior a la devaluación nominal del peso que se produjo tras la elección de Trump y a la reducción de costos que se produciría si el aparato productivo mexicano pudiera flexibilizar su proveeduría, al no contar con las restricciones de las normas de origen del TLCAN<sup>80</sup>. La desaparición del TLCAN no detendría la importación de productos mexicanos en Estados Unidos, pues estos pagarían, según las reglas de la OMC, un arancel promedio de 1.9%, y los agropecuarios un 6.4%. Los productos estadounidenses se verían más perjudicados, pues podrían ser sometidos en México a aranceles de 7.7%, y los agropecuarios a 38.4%<sup>81</sup>. Respecto a la propuesta de Trump de poner un arancel de 35% a las exportaciones mexicanas, en *Reforma* se afirma que sería ilegal, pues violaría las reglas internacionales<sup>82</sup>.

---

<sup>66</sup> 91.

<sup>67</sup> 30.

<sup>68</sup> 13.

<sup>69</sup> 10, 22, 27.

<sup>70</sup> 67.

<sup>71</sup> 22.

<sup>72</sup> 23, 25.

<sup>73</sup> 25.

<sup>74</sup> 25.

<sup>75</sup> 10, 23.

<sup>76</sup> 51.

<sup>77</sup> Véase: 19, 24, 32, 38.

<sup>78</sup> 38.

<sup>79</sup> 106.

<sup>80</sup> 98.

<sup>81</sup> 75, 98.

<sup>82</sup> 71, 75.

Del lado negativo se recuerda que el comercio exterior de México representa el 70% del PIB del país, y que esa relación es en un 80% con Estados Unidos en materia de exportaciones y en un 50% en importaciones<sup>83</sup>. Se cita el aumento de tasas arancelarias para México, para sectores como la industria del calzado, de autopartes, automotriz y electrónica<sup>84</sup>. También que propuestas de Trump como reducir la tasa de impuestos a las empresas del 35 al 15% y estimular la repatriación de capitales restarían competitividad a México<sup>85</sup>. Una cancelación del TLCAN podría provocar un problema alimentario inmediato y de gran magnitud en México, ya que importa gran parte de los granos que consume<sup>86</sup>.

Uno de los artículos de *Reforma* ofrece cuatro posibles escenarios que podrían darse tras la renegociación del TLCAN, y sus posibles consecuencias<sup>87</sup>. El primero, que las negociaciones derivasen en cambios modestos para el TLCAN, modernizándolo y buscando el beneficio multilateral (45% de probabilidad). En un segundo escenario se producirían cambios modestos en el TLCAN y se impondría un impuesto de ajuste fronterizo de hasta 20% (30% de probabilidad). En un tercer escenario se cancelaría el TLCAN pero Estados Unidos continuaría en la OMC (15% de probabilidad). En un cuarto escenario, se cancelaría el TLCAN y Estados Unidos saldría de la OMC, buscando propuestas más proteccionistas (10% de probabilidad).

## 6. CONCLUSIONES

La investigación realizada para este artículo permite confirmar que la opinión publicada en la prensa mexicana reflejó perspectivas diversas respecto al pasado, presente y futuro del TLCAN. Metodológicamente, la identificación de los denominados "mecanismos de razonamiento" o "funciones de frame", añadiendo la variable de la dimensión temporal (pasado, presente y futuro), demuestra resultar útil para exponer la narrativa ofrecida respecto a un tema concreto.

Sobre las repercusiones que tuvo el TLCAN desde su puesta en marcha y las causas de la situación actual (dimensión temporal pasado), *El Universal* ofrece más interpretaciones negativas y *Reforma* más interpretaciones positivas. En *El Universal* predominan los argumentos autoinculporios que aluden a los errores cometidos por México a nivel interno y en su política comercial, mientras que en *Reforma* hay una visión más positiva del TLCAN.

Los dos periódicos coinciden en gran medida en sus perspectivas respecto a la dirección que han de llevar las negociaciones sobre el TLCAN, y en considerar el momento como una oportunidad para México. Sobre cómo se ha de negociar, en ambos se recomienda prudencia y no acelerarse, aunque no descartan la opción de salir del tratado si fuera preciso. Ambos subrayan la importancia del factor regional en la renegociación del TLCAN: debe hacerse a América del Norte más competitiva mejorando los mecanismos de verificación de origen y aumentando el valor agregado regional. Además, los dos periódicos incluyen propuestas para que México se fortalezca económicamente y dependa menos de Estados Unidos: construir un proyecto industrial nacional, impulsar el mercado interno y diversificar relaciones comerciales.

Con respecto a los posibles escenarios tras la renegociación del TLCAN, la mayor parte de argumentos hacen referencia a una posible cancelación del tratado. Tanto *El Universal* como *Reforma* ofrecen interpretaciones positivas y negativas respecto a las consecuencias de dicha cancelación. Del lado positivo se señala que el coste para México no sería tanto, ya que se aplicarían tarifas de la OMC que siguen siendo bajas. Del lado negativo se reconoce que, dada la dependencia actual de la economía mexicana respecto a la estadounidense, todos los sectores podrían sentir las repercusiones iniciales.

En conclusión, los dos periódicos ofrecen una narrativa variada respecto al pasado, presente y futuro del TLCAN, lo que refleja la diversidad existente en su sección de opinión. Predominan las alusiones al factor interno: qué hizo México, qué debe hacer y qué consecuencias tendrá la renegociación para el país. Se encuentran más argumentos positivos sobre el TLCAN en *Reforma* que en *El Universal*, aunque la diferencia no es muy significativa.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ENTMAN, Robert M. (2008) "Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case", *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 13 (2): 87-102.

GAMSON, William A. & MODIGLIANI, Andre (1989) "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach", *American Journal of Sociology*, 95 (1): 01-37.

KINDER, Donald R. & NELSON, Thomas E. (2005) "Democratic Debate and Real Opinions", en Karen J. CALLAGHAN y Frauke SCHNELL (eds.) *Framing American Politics*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, pp. 103-122.

KUYPERS, Jim A. (2009) "Framing Analysis from a Rhetorical Perspective", in D'Angelo, P. & Kuypers, J.A. (eds.): *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge, pp.286-311

<sup>83</sup> 114.

<sup>84</sup> 98.

<sup>85</sup> 113.

<sup>86</sup> 114.

<sup>87</sup> 107.

**8. ANEXO: MUESTRA ANALIZADA****EL UNIVERSAL**

1	21 ENERO	MÉXICO EN LA ERA TRUMP, UNA DIFÍCIL RELACIÓN	ENRIQUETA CABRERA
2	21 ENERO	TRUMP YA ES PRESIDENTE: AHORA A PREPARARNOS	JORGE ALEJANDRO CHÁVEZ PRESA
3	23 ENERO	HACIA UNA PLATAFORMA PRODUCTIVA EN AMÉRICA DEL NORTE	JORGE LUIS DE LA CRUZ GALLEGOS
4	23 ENERO	MÉXICO, CHIVO EXPIATORIO DE LAS POLÍTICAS DE TRUMP	ENRIQUETA CABRERA
5	24 ENERO	RECARGADO	ALBERTO AZIZ NASSIF
6	24 ENERO	NUEVA ADMINISTRACIÓN EN LA CASA BLANCA: ¿MÉXICO ESTÁ A PRUEBA?	JULIO A. MILLÁN B.
7	24 ENERO	UNA AGENDA INTERNA PARA FORTALECERNOS HACIA EL EXTERIOR	JUAN PABLO CASTAÑÓN
8	25 ENERO	¿SALIR DEL TLCAN?	EDITORIAL
9	25 ENERO	SECTOR FINANCIERO, DE CAPA CAÍDA	DESBALANCE
10	25 ENERO	TLCAN, LO DIFÍCIL DE LA RENEGOCIACIÓN	ROGELIO RAMÍREZ DE LA O.
11	30 ENERO	INFORMACIÓN PRIVILEGIADA SOBRE NEGOCIACIÓN CON TRUMP	SAMUEL GARCÍA
12	30 ENERO	LO HECHO EN MÉXICO	EDNA JAIME
13	30 ENERO	QUÉ HACER FRENTE A TRUMP	MARGARITA ZAVALA
14	31 ENERO	¿QUIÉN PAGARÁ EL MURO?	ARTURO MAXIMILIANO GARCÍA
15	31 ENERO	¿Y LAS MAQUILADORAS, APÁ?	ALBERTO BARRANCO
16	31 ENERO	ENTRE RETOS Y DESAFÍOS...	JULIO A. MILLÁN B.
17	1 FEBRERO	DEL ESTADO RECAUDADOR AL GENERADOR DE RIQUEZA	SIMÓN LEVY-DABBAH
18	1 FEBRERO	PERDER EL TIEMPO CON TRUMP O ACTUAR YA	SAMUEL GARCÍA
19	2 FEBRERO	DENUNCIAR EL TLCAN: CONSECUENCIAS JURÍDICAS (1). COMERCIO DE BIENES	RICARDO RAMÍREZ HERNÁNDEZ
20	4 FEBRERO	EL TLCAN, ¿MÁS RÁPIDO? NI MODO	ENRIQUETA CABRERA
21	8 FEBRERO	¿VOLTEAR ATENCIÓN A MÁS TLCs?	ROGELIO RAMÍREZ DE LA O.
22	8 FEBRERO	LA VERDADERA IMPORTANCIA DEL TLCAN	LUIS DE LA CALLE PARDO
23	14 FEBRERO	LA VIDA SIN TLCAN	GERARDO ESQUIVEL
24	16 FEBRERO	DENUNCIAR EL TLCAN: CONSECUENCIAS JURÍDICAS (2): COMERCIO DE SERVICIOS.	RICARDO RAMÍREZ HERNÁNDEZ
25	16 FEBRERO	TLCAN: HACIA UNA COMPLEJA RENEGOCIACIÓN	PABLO ÁLVAREZ ICAZA LONGORIA
26	21 FEBRERO	LA APERTURA COMERCIAL INDISCRIMINADA FUE UN ERROR	JULIO A. MILLÁN B.
27	22 FEBRERO	MÉXICO Y EU: SENTARSE A LA MESA	IGNACIO MORALES LECHUGA
28	24 FEBRERO	DICTADURA A LA AMERICANA...	JORGE CAMIL
29	24 FEBRERO	EL TLCAN, LOS MIGRANTES Y EL PESO	GREGORIO VIDAL
30	27 FEBRERO	LOS LÍMITES DE TRUMP CON EL TLCAN	SAMUEL GARCÍA
31	2 MARZO	NUEVA RELACIÓN CON EU, DESDE LO LOCAL	EDITORIAL
32	2 MARZO	DENUNCIAR EL TLCAN, CONSECUENCIAS JURÍDICAS (3). OTROS TEMAS Y PARTE INSTITUCIONAL.	RICARDO RAMÍREZ HERNÁNDEZ
33	2 MARZO	MÉXICO ES VÍCTIMA DE SUS PROPIAS OMISIONES	GABRIELA CUEVAS

34	8 MARZO	MEJORA PERCEPCIÓN DE PERSPECTIVAS DEL TLCAN	LUIS DE LA CALLE PARDO
35	13 MARZO	TEXAS NO PUEDE SOBREVIVIR SIN MÉXICO	LEÓN KRAUZE
36	13 MARZO	TLCAN Y LOS TIEMPOS ELECTORALES	JOSÉ LUIS DE LA CRUZ GALLEGOS
37	15 MARZO	VERIFICACIÓN DEL TLC CON EU Y CANADÁ	ALFONSO PÉREZ DAZA
38	16 MARZO	DENUNCIAR EL TLCAN: CONSECUENCIAS JURÍDICAS. ÚLTIMA PARTE: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS Y CONCLUSIÓN	RICARDO RAMÍREZ HERNÁNDEZ
39	16 MARZO	TLCAN: LOS TIEMPOS DE LA NEGOCIACIÓN	PABLO ÁLVAREZ ICAZA LONGORIA
40	18 MARZO	TRUMP, ¿CAMBIO DE TONO O DE FONDO?	ANDREW SELEE
41	19 MARZO	ENCRUCIJADA DEL TLCAN: ¿ABANDONARLO O RENEGOCIARLO?	ALEJANDRO ÁLVAREZ BÉJAR
42	22 MARZO	POR DÓNDE LA RENEGOCIACIÓN DEL TLCAN	ROGELIO RAMÍREZ DE LA O.
43	5 ABRIL	BAJAN PRESIÓN AL TLCAN	ALBERTO BARRANCO
44	5 ABRIL	FRICCIONES COMERCIALES Y OBJETIVOS DE NEGOCIACIÓN	LUIS DE LA CALLE PARDO
45	5 ABRIL	PRIMERA APROXIMACIÓN PARA LA REFORMA DEL TLCAN	DANIEL CABEZA DE VACA HERNÁNDEZ
46	7 ABRIL	EL BOMBARDEO A LAS INSTITUCIONES	SAMUEL GARCÍA
47	12 ABRIL	¿IMPONDRÁ TRUMP CUOTAS A LA IMPORTACIÓN DE COCHES MEXICANOS?	SAMUEL GARCÍA
48	17 ABRIL	PRIMER ROUND: VICTORIA DE CHINA SOBRE TRUMP	JOSÉ LUIS DE LA CRUZ GALLEGOS
49	21 ABRIL	EL GOBIERNO DE EU, EL TLCAN Y LA ECONOMÍA DE MÉXICO	GREGORIO VIDAL
50	21 ABRIL	MISIÓN: DEFENDER EL TLCAN	DESBALANCE
51	25 ABRIL	LA INFLACIÓN EN TIEMPOS DE PROTECCIONISMO	JULIO A. MILLÁN B.
52	27 ABRIL	LOS PRINCIPIOS DE LA RENEGOCIACIÓN DEL TLCAN	RICARDO RAMÍREZ HERNÁNDEZ
53	27 ABRIL	PERSPECTIVAS DEL FMI PARA LA ECONOMÍA MUNDIAL, EU Y MÉXICO	PABLO ÁLVAREZ ICAZA LONGORIA
54	28 ABRIL	¿QUÉ HACER SI TRUMP SE RETIRA DEL TLCAN?	ENRIQUE CÁRDENAS SÁNCHEZ
55	28 ABRIL	ACTUALIZACIÓN DEL TLCAN: ¿Y LOS TRABAJADORES?	CARLOS HEREDIA ZUBIETA
56	28 ABRIL	EMPRESARIOS DOBLAN MANITA A TRUMP	DESBALANCE
57	29 ABRIL	TRUMP: LAS VENTAJAS DE SER IMPREDECIBLE	MAURICIO MESCHOULAM
58	30 ABRIL	REPLANTEAR EL TLCAN PARA MEJORAR EL EMPLEO	ELENA SANDRA MARTÍNEZ AGUILAR
59	2 MAYO	MÉXICO UNIDO POR NUESTROS MIGRANTES	IVONNE ORTEGA PACHECO
60	3 MAYO	100 DÍAS DE TRUMP: EL TRIUNFO DEL ODIO	RICARDO ROCHA
61	3 MAYO	MÉXICO Y LAS REFORMAS DE TRUMP	ROGELIO RAMÍREZ DE LA O.
62	5 MAYO	LA "LEY CHAPO"	JORGE CAMIL
63	6 MAYO	EL MURO DEL SALARIO	PORFIRIO MUÑOZ LEDO
64	9 MAYO	LA NOCIVA CONDUCTA DE TRUMP HACIA MÉXICO	WALTER ASTÍE-BURGOS
65	11 MAYO	UNA GUERRA MUY AGRIA	RICARDO RAMÍREZ HERNÁNDEZ
66	17 MAYO	SE DEBILITA TRUMP FRENTE AL TLCAN	SAMUEL GARCÍA
67	18 MAYO	EL RIESGO DE DONALD TRUMP PARA LAS EMPRESAS MEXICANAS	MARIO MALDONADO
68	19 MAYO	RÉCETA DE EU PARA UN TLCAN "JUSTO"	ALBERTO BARRANCO
69	19 MAYO	UNA PÉSIMA IDEA	ALFREDO COUTIÑO

70	28 MAYO	LAS REGLAS DE ORIGEN, LA MANZANA DE LA DISCORDIA DEL TLCAN	JULIO A. MILLÁN B.
----	---------	--	--------------------

**REFORMA**

71	20 ENERO	TRUMP PRESIDENTE	SERGIO SARMIENTO
72	23 ENERO	LA "DESINDUSTRIALIZACIÓN" Y OTRAS DOLENCIAS	EVERARDO ELIZONDO
73	23 ENERO	YO-YO MA Y MÉXICO	SERGIO SARMIENTO
74	25 ENERO	ESPECULANDO CON EL ESPECULADOR	LUIS ERNESTO DERBEZ BAUTISTA
75	25 ENERO	DE HOOVER A TRUMP	SERGIO SARMIENTO
76	26 ENERO	CANADÁ Y MÉXICO	PIERRE ALARIE
77	27 ENERO	VIVIR SIN TLCAN	JORGE ALCOCCER V.
78	29 ENERO	¡CARPE DIEM!	DANIEL SERVITJE
79	30 ENERO	LUCERO	LUIS RAMÓN CARAZO
80	30 ENERO	EL DÉFICIT DE OBAMA	EVERARDO ELIZONDO
81	30 ENERO	DEJEMOS A CHINA POR LA PAZ	JORGE GUAJARDO
82	31 ENERO	FORTALECER AL SECTOR ENERGÍA ANTE TRUMP	DAVID SHIELDS
83	31 ENERO	HECHOS ALTERNATIVOS	GENARO LOZANO
84	2 FEBRERO	EL ESTADOS UNIDOS BRONCO	LORENZO MEYER
85	8 FEBRERO	TRUMP Y MIGRANTES/TLCAN AGROPECUARIO	SERGIO SARMIENTO
86	9 FEBRERO	CUANDO LAS CRISIS CONVERGEN	LORENZO MEYER
87	16 FEBRERO	PODRÍA TERMINAR LUNA DE MIEL DE TRUMP	ANDRÉS JAIME
88	16 FEBRERO	LENTO QUE TENGO PRISA	ROBERTO NEWELL
89	16 FEBRERO	¿VIBRAR?¡REHACER!	LORENZO MEYER
90	17 FEBRERO	DESPIERTA, PEÑA	CARMEN ARÍSTEGUI
91	19 FEBRERO	LOS GASES DE TRUMP	JUAN E. PARDINAS
92	21 FEBRERO	TRUMP NO PUEDE AMEDRENTAR A CHINA	KENNETH ROGOFF
93	21 FEBRERO	EL PRIMER MES	GENARO LOZANO
94	26 FEBRERO	DIVERSIFICAR IMPORTACIONES	JUAN E. PARDINAS
95	26 FEBRERO	MITOS Y MIGRACIONES	EDUARDO CACCIA
96	2 MARZO	ESTABILIZAR DÓLAR A SANGRE Y FUEGO	JOEL MARTÍNEZ
97	2 MARZO	SONIDO DE SUCCIÓN	SERGIO SARMIENTO
98	3 MARZO	PLAN B, ¿COMERCIO DE MÉXICO SIN TLCAN?	ENRIQUE DUSSEL PETERS
99	7 MARZO	CANCILLER QUICK LEARNING	GENARO LOZANO
100	14 MARZO	TEMPLO MAYOR	F. BARTOLOMÉ
101	23 MARZO	LA PRIMAVERA DEL PESO	SALVADOR KALIFA
102	6 ABRIL	LA MONTAÑA RUSA ECONÓMICA	ROBERTO NEWELL
103	7 ABRIL	LA RENEGOCIACIÓN DEL TLCAN, ¿SE VALE SOÑAR?	ENRIQUE DUSSEL PETERS
104	11 ABRIL	CANADÁ Y MÉXICO	GENARO LOZANO
105	17 ABRIL	LA VERDAD SOBRE EL TLCAN	LAURA TYSON
106	19 ABRIL	SOBRERREACCIÓN	JONATHAN HEATH
107	25 ABRIL	ESCENARIOS PARA EL TLCAN	JORGE A. MARTÍNEZ
108	26 ABRIL	QUÉ SIGUE PARA EL PESO DESPUÉS DE TRUMP	ANDRÉS JAIME
109	27 ABRIL	TEMPLO MAYOR	F. BARTOLOMÉ
110	28 ABRIL	LOS 100 DÍAS	SERGIO SARMIENTO
111	2 MAYO	TEMPLO MAYOR	F. BARTOLOMÉ
112	3 MAYO	DESESPERADO	MAURICIO GONZÁLEZ
113	4 MAYO	LA TECNOCRACIA, DURMIENDO EL SUEÑO DE LOS JUSTOS	JOEL MARTÍNEZ
114	4 MAYO	DEPENDIENTES ¡Y DE TRUMP!	LORENZO MEYER
115	11 MAYO	TASAS DE INTERÉS CRECIENTES	SALVADOR KALIFA
116	11 MAYO	DEL DESIERTO AL MURO	LORENZO MEYER

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Entre el Artificio y el Acaso en el fotoperiodismo de conflictos: el discurso visual en las imágenes de la guerra en Libia

### Between Artifice and Chance in Conflict Photojournalism: Visual Discourse in Images of the Libyan War

### Entre o Artifício e o Acaso no fotojornalismo de conflitos: o discurso visual nas imagens da guerra na Líbia

*Bruno Cavalcante Pereira<sup>88</sup>*

**RESUMEN:** El presente trabajo busca debatir las tensiones entre noticia visual y arte en la fotografía a través del ensayo *Libya Hurra* (2011), de Mauricio Lima con ayuda del análisis interpretativo a partir de la "discursividad visual" (PICAD O, 2003).

**PALABRAS CLAVE:** Fotoperiodismo de guerra, Discursividad visual, Arte.

**ABSTRACT:** The present work seeks to discuss the tensions between visual news and art in photography through Mauricio Lima's essay *Libya Hurra* (2011) with the aid of interpretative analysis based on "visual discourse" (PICAD O, 2003).

**KEYWORDS:** War photojournalism, Visual Discourse, Art.

**RESUMO:** O presente trabalho busca debater as tensões entre notícia visual e arte na fotografia através do ensaio *Libya Hurra* (2011), de Maurício Lima com auxílio da análise interpretativa a partir da "discursividade visual" (PICAD O, 2003).

**PALAVRAS-CHAVE:** Fotojornalismo de guerra, Discursividade visual, Arte.

## INTRODUÇÃO

O regime da verdade e o valor documental estão intimamente ligados à estrutura social: mecânica, industrial, urbana e capitalista. Ideias como precisão e exatidão sempre estiveram atreladas ao ato fotográfico: era preciso por meio do fragmento mostrar o real que estava diante do homem. Exemplo disso foram os primeiros passos do desenvolvimento da imprensa ilustrada em meados da década de cinquenta do século XIX. Nesse mesmo período, vários conflitos armados se deram entre as grandes potências industrializadas, fato que gerou curiosidade entre as pessoas, bem como propiciou a formação de público para o "protojornal com imagens".

As imagens sob a forma de gravuras da Guerra da Crimeia (1855), coberta por Roger Fenton, por exemplo, ganharam as páginas dos jornais *The Illustrated London News* e *Il fotografo*. A produção de imagens das guerras daí em diante seria um forte indício do estatuto de "realismo", da "prova", do "testemunho" que ganhou espaço e consumo na sociedade burguesa – que a pintura não conseguia superar – propagando-se até os dias atuais.

Ao retratar um tema, a fotografia presta-lhe uma homenagem, pois a imagem tanto se liga a ele quanto o expande. Além de interpretar o real, a fotografia é um vestígio do tema fotografado. Neste expediente, entende-se o vestígio como um sinal de um acontecimento real ou de algo que de fato existe. Deste modo, a Teoria dos Signos, proposta por Pierce (2005), aponta que a fotografia possui um caráter indicial, já que por contiguidade física mantém-se ligada ao seu objeto referencial.

<sup>88</sup> Mestrando em Comunicação na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Brasil, bruno\_8505@hotmail.com

Em consonância com a indiciabilidade do signo visual, Barthes (1984) apresenta a transparência da imagem. Nunca é ela que a vemos, mas sim o próprio objeto contido na imagem; o referente adere<sup>89</sup>. E o que vemos na fotografia? O “*isso foi*”. Essa famosa expressão barthesiana também pode ser entendida como “a coisa esteve lá”, ou seja, a fotografia representa um passado a fim de atestar que o fato existiu.

Deslocando-nos desta visão sintética, subtrativa, essencialista e objetiva, este trabalho se propõe analisar a fotorreportagem *Libya Hurra*<sup>90</sup> (2011) do fotógrafo brasileiro, Maurício Lima, numa perspectiva interpretativa que busca demonstrar na imagem noticiosa, atravessada por elementos artísticos e estéticos, as tensões no debate entre documentação e arte, entre subjetividade e objetividade, e entre flagrante e encenação. Das 24 fotografias do ensaio disponíveis no site, escolhemos 01 (uma) para, à luz da ‘discursividade visual’ (PICADO, 2003), discorrer reflexões acerca da interferência particular/subjetiva do fotógrafo na produção de notícias visuais.

## 1. SUBJETIVIDADE NA NOTÍCIA VISUAL DE GUERRA

A fotografia-documento (imagem-ação) experimentou mudanças profundas a partir dos anos de 1950, tendo sofrido a interrogação da crença da verdade e do real representado, como ocorreu em coberturas fotográficas de conflitos bélicos. A manipulação, a pose, a encenação foram elementos os quais integraram uma linguagem mais particularista do fotógrafo; era a assunção do ponto de vista do produtor sobre os fatos que ele testemunhava. Os fotógrafos assumiam a “verdade subjetiva” em detrimento da verdade universal na imagem, fazendo confundir os limites entre o fotodocumental e o fotojornalístico. É o caso das francesas Marie Laure de Decker que percorreu temas marginais da Guerra do Vietnã (1955-1975), e Stephane Compoint que supervaloriza as cores em fotografias dos duelos e dos incêndios nos poços petrolíferos kuaitianos, quando do fim da Guerra do Golfo.

Além disso, a cobertura na televisão<sup>91</sup> alastrou as imagens de violência, o que acarretou na descrença do mundo e na desconfiança da população sobre o regime político-econômico vigente. Já nas guerras seguintes, a das Malvinas (1980) e a do Golfo (1991) tentou-se controlar o trabalho dos fotógrafos, por meio de expedições monitoradas por tropas militares, o que gerou censura de algumas imagens, conseqüentemente o falseamento da realidade documental.

Por sua vez, a verossimilhança e a estética da objetividade não cabem num mundo em constantes mutações como na contemporaneidade. E as hodiernas formas de representação devem atender a novas demandas da sociedade em rede, difusa, que certamente não aceitam mais uma estética da coisa pré-fixada, material, invariável e perene, assim como é a fotografia-documento; seria a fase “pós-fotográfica” para nos situarmos em termos de Machado (2005) para quem a “imagem – e sobretudo a imagem tecnicamente produzida – libera-se finalmente do seu referente, do seu modelo, ou daquilo que nós chamamos um tanto impropriamente de a ‘realidade’” (MACHADO, 2005, p.313).

A fotografia contemporânea antes afastada da pintura, agora se aproxima no sentido de se permitir à exploração da subjetividade de seu autor. O fotógrafo monta cenários, constrói tramas ficcionais, rompe os limites entre a fantasia e a realidade para expor, opinar e criticar o tema. Sob o ponto de vista de Cotton (2010) essa atividade pode ser descrita como “fotografia-quadro” porque, a partir da montagem cênica [coreografada] em uma única imagem, é possível contar toda uma história. Mesmo que em uma fotorreportagem ou em um fotoensaio sejam apresentados por meio de uma sequência de imagens, uma única imagem congrega todo o enredo da narrativa visual (COTTON, 2010, p.49). O que a autora explora em outras palavras é a independência das imagens, elas existem e significam para si mesmas e não para outras.

A arte fotográfica contemporânea encontra amparo no acordo entre fotografados e fotógrafo, na trama visual pré-planejada. O realismo foge da cena a partir do momento que ambos sabem da presença uns dos outros. A partir disso, o que vemos é uma imitação daquilo que é flagrado, como em um teatro onde a semelhança entre pessoas e personagens não passam de ilusão.

## 2. OLHAR METODOLÓGICO: DISCURSO VISUAL NA FOTOGRAFIA

Para a análise da imagem escolhida de *Libya Hurra*, utilizou-se a ‘Discursividade Visual’ (PICADO, 2003) a qual se ocupa da interpretação da fotografia, dos elementos pictóricos que expandem para dentro da própria imagem fotográfica. À vista disso, o discurso visual vai à contramão do entendimento gramatical (texto) da imagem, valorizando as estruturas próprias da plasticidade visual e da matriz perceptualista dos fatos visuais. Assim, o ícone visual não estaria preso à ideia de semelhança (caráter denotativo), mas sim – por meio de uma perspectiva pictorialista – sua mensagem expandiria o seu valor estético-artístico/conotativo. De outra forma resumida, o autor denomina em autorreferencialidade e aspectualidade como características pilares da fotografia.

<sup>89</sup> Cf. BARTHES, 1984.

<sup>90</sup> Disponível em <<http://www.revelarbrasil.com.br/site/serie/libya-hurra/>> Acesso em 20 nov 2017.

<sup>91</sup> Influência da TV americana, sobretudo a CNN, na profusão de imagem em movimento durante a Guerra do Vietnã que se caracterizou pela velocidade da transmissão da notícia em tempo real.



A fotografia se autorreferencia para se explicar a si mesma, não mais para justificar o objeto (referente), não mais ser fidedigna ao índice fotográfico. Diferentemente da semiologia barthesiana<sup>92</sup> essa “metalinguagem” visual dilata o simbólico permitindo a extensão dos códigos da conotação como princípio estruturante presentes na interpretação do signo visual. Já a aspectualidade da imagem se dá partir da seleção de motivos ou temas que irão compor a visualização e significação imagética. Essa característica apontada pelo autor não significa apenas enquanto um sistema que garanta o funcionamento das imagens, mas também, “em detendo-se sobre elas, reconhece ali uma propriedade conectiva (o comprometimento ou não da imagem com os objetos), a que poderíamos chamar de ‘aspectos’ representacionais da imagem” (PICADO, 2006, p.161).

### 3. DIANTE DA DISCURSIVIDADE VISUAL NAS FOTOGRAFIAS ARTÍSTICAS DE MAURÍCIO LIMA

O ensaio fotográfico *Libya Hurra* (2011) foi realizado em Sirte, uma das últimas cidades tomadas por civis, anti-Muamar Kadafi. O fotógrafo brasileiro ficou no país por 50 dias, contudo em Sirte esteve por 15. Dentro do contexto da guerra civil instalada no país, Sirte apresentava uma simbologia importante para o conflito: cidade onde nasceu o ditador, cujo lugar seria o mesmo de sua morte. Logo, a reportagem visual de Maurício Lima propõe um “retorno aonde tudo começou”: a construção imaginária de um lugar, cujas fotografias sejam *a posteriori* capazes de constituir as memórias do povo líbio.

O caráter de denúncia e compromisso social de seus instantâneos divide espaço com o recorte simbólico “mediatizado” que a guerra adquiriu. Para Sontag (2004) “a fotografia não retrata apenas determinado tema, é também uma homenagem a ele. É parte do tema e um prolongamento dele; como também um meio potente de possuí-lo e controlá-lo” (SONTAG, 2004, p. 146). Importante frisar que a ordem simbólica individual do produtor carrega elementos de sua trajetória pessoal, profissional, coletiva e social. Certamente esses elementos compõem o repertório do fotógrafo e irão influenciar nas escolhas estéticas de seu trabalho.

Essa concepção está em consonância com o “fot Jornalismo de autor” (SOUSA, 2004), o qual referencia a ligação entre arte e ponto de vista do fotógrafo, e, expansão da subjetividade e da interpretação do sujeito diante do referente fotografado. Assim, o autor vai de encontro à ideia barthesiana a qual credita existir separação entre fotógrafo e *médium*. Destarte, “antes de qualquer opção mediática e da percepção e recepção da foto por parte do observador, a fotografia é um ato pessoal.” (SOUSA, 2004, p.84).

Diz-se com isso que, o exemplo de *Libya Hurra* nos serve para demonstrar que os elementos da arte contemporânea<sup>93</sup> têm influenciado as imagens noticiosas de guerra, mas ainda esbarra com o conservadorismo da imagem que se propõe a expressar a realidade por meio da suspensão do tempo rendido. Embora o mote das imagens seja corriqueiro na imprensa e o público já esteja acostumado a consumir certos “moldes” de fotografias de guerra, o fotógrafo Maurício Lima através da sua forma subjetiva/imaginária impõe uma assinatura pessoal, artística e estética.

A fotorreportagem artística de Lima escapa da abordagem tradicional do fot jornalismo a fim de retratar com densa dramaticidade as situações “reais” de guarda/espreita que presencia dos insurgentes. A aparente fidelidade da representação de pessoas e coisas no cenário de guerra [de Maurício Lima] é menos uma pragmática objetivista do que uma experimentação de chegar ao real por meio do simulacro, da virtualidade e do conjunto de ideias da mimética da realidade.

Por mais que o fot jornalismo seja marcado por aludir flagrantes do real, o aspecto subjetivo do testemunho de Maurício Lima é o clímax do discurso visual e faz disso um norte para encontrarmos paridades com a arte contemporânea em representações fotográficas em zonas de conflito. A qualidade dramática das imagens de Lima vai além de expor o acontecimento rendido; pessoas (em luta ou mortas), objetos e cenários são o meio para se atingir uma experiência artístico-estética.

Figura 1 - Rebelde franco-atirador



A fotografia (FIG. 1) está fragmentada em três planos: o da maçaneta da porta, o do homem que faz as vezes de fotógrafo com uma câmera tipo *Cyber Shot DSC* da Sony e o do indivíduo posado na posição de espreita pronto para atirar. Esses três planos coincidem com os pontos de atenção da imagem de Maurício Lima. A fotografia é construída por meio da metanarrativa, ou seja, que se refere e se explica a si mesma. O discurso visual se expande para dentro da própria cena fotográfica ao estabelecer as metáforas do flagrante e da encenação ao mesmo tempo.

<sup>92</sup> A semiologia reduz o discurso visual aos sistemas de significação baseados na linguagem enunciativa.

<sup>93</sup> O fot jornalismo atual sofre influências da arte conceitual (gênese da arte contemporânea, em meado dos anos de 1960 e 1970). Esse gênero fotográfico voltado para o ‘documento’ captado a partir do inesperado e do não premeditado passa a se livrar da foto ‘boa’ e ‘eficiente’ ao combinar as estratégias artísticas aos fatos banais da vida cotidiana. Assim, a ambiguidade da fotografia ora como documento-arte ora como obra de arte é o legado da arte conceitual à fotografia artística contemporânea, como também alimenta calorosas discussões polarizadas (contra *versus* a favor) sobre a presença da arte na linguagem fotográfica.

Essa imagem está longe de estabelecer certezas, é a hipervalorização do simulacro. A aspectualidade do ícone visual está mais centrada nos questionamentos e nas dúvidas a respeito da imagem do que nas certezas sobre aquilo que é representado na fotografia. Maurício Lima teria flagrado uma encenação ou teria proposto uma encenação da encenação? Esse jogo de ideias característico da fotografia artística preenche de literariedade e expande para contemplação dialógica (entre a cena e o espectador) uma imagem que se presta a cobertura jornalística.

Fonte: Site Doc Galeria

Propositalmente, a figura 01 exemplifica o enlace entre notícia visual e arte contemporânea. A autorreferência da imagem fotográfica de guerra é trabalhada em um cenário atípico das zonas de conflito: um quarto com ar condicionado. Essa fuga, ou melhor, essa captação retirada do ambiente comum de guerras nos leva a constatar que a encenação de dois beligerantes que invadem uma casa para servir de esconderijo e barricada para alvejar inimigos é a metáfora da invasão dessas imagens na casa de qualquer espectador.

O sentido de valorização do insurgente de guerra sobre o conflito está dito no ponto de vista do fotógrafo ao enquadrar esse plano médio em *contra-plongée* (de baixo para cima) enaltecendo a ação encenada do atirador. E, a mesma ideia é reiterada na tela da câmera digital do fotógrafo que a cena exhibe, dando condições para uma metalinguagem da forma de fotografar e ver essas imagens.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentro de uma lógica de representação mais realista como o fotojornalismo até hoje faz acreditar, a guerra da Líbia sob as lentes de Maurício Lima não se afastou do caráter denunciativo dos horrores do conflito civil só porque se utilizou de ferramentas que flertam com a arte contemporânea. Neste trabalho analisaram-se três fotografias de *Libya Hurra* inserido nas tensões que se estabelecem entre a fotografia-documento e a fotografia artística.

Os insurgentes apresentados nas imagens são os anti-heróis, os personagens principais da *trama-reportagem* visual construída por Maurício Lima. O estado de tensão, recorrente nas imagens de *Libya Hurra*, não é apenas uma assinatura pessoal que identifica Lima, mas é também um exemplo de uma encenação voyeurística, cuja observação é consentida dos dois lados: o prazer de observar os revoltosos e esses por sua vez por saberem da presença do fotógrafo permitem ser contemplados.

Além disso, a roteirização da cena e a trama coreografada permitem combinar personagens, objetos e adereços que possibilitam ao espectador reconhecer a história que está sendo contada. E mais uma vez na busca da imagem voltar-se para si mesma – ou autorrefencial aos moldes de Picado (2003) – a arte contemporânea permite uma contemplação em que o espectador adentre a imagem, faça parte dela também.

A partir disso, procurou-se demonstrar que o *status* de documento verdadeiro e representativo do real – baseado nas teses de Barthes e de Peirce – não sustenta as formas de apresentação da imagem na contemporaneidade. A fotografia se afasta da metáfora do “espelho do real” e da estética da coisa pré-fixada, material, invariável e perene para assumir a falsificação do mundo, a manipulação, a pose, a encenação, além da assunção do ponto de vista do produtor sobre os fatos que ele testemunha.

Assim, entende-se o ensaio de Lima como exemplo do “fotojornalismo de autor” (SOUSA, 2004), evidenciando o diálogo entre arte e ponto de vista do fotógrafo e manifestação da interpretação do produtor diante do motivo fotografado. Dessa forma, a imagem – revestida de outras significações – acentua o estético e o artístico da escolha subjetiva do fotógrafo sobre a representação visual.

## BIBLIOGRAFIA

- BARTHES, R. **A Câmara Clara: notas sobre fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- COTTON, C. **A fotografia como arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- MACHADO, A. **A fotografia sob o impacto da eletrônica**. In: SAMAIN, Etienne (org). *O fotográfico*. São Paulo: Editora Hucitecm 2005.
- PEIRCE, C. S. **Semiótica**. Tradução de José Teixeira Coelho Neto. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- PICADO, J. B. **Do problema do iconismo à ecologia da representação pictórica: indicações metodológicas para a análise do discurso visual**. *Contracampo*, Rio de Janeiro, n.9, p.199-220, jul./dez. 2003.
- \_\_\_\_\_. **Das Funções Narrativas ao Aspectual nos Ícones Visuais: notas sobre modos de interpretar imagens**. *Contemporânea*, Salvador, v.4, n.2, p.136-165, dez/2006.
- SONTAG, S. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- SOUSA, J.P. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## Verdade x mentira: A ameaça das *fake news* no cotidiano do telejornalismo

Truth x lie:  
The threat of fake news in the daily telejournalism

La verdad x la mentira:  
La amenaza de las fake news en el cotidiano del telediario

Flávio A.C. Porcello<sup>94</sup>

**RESUMO:** O presente artigo trata das informações imprecisas, erradas, falsas, conhecidas como *fake news*, que invadiram os espaços e aproveitaram a velocidade da comunicação contemporânea para chegar de forma rápida e incessante ao público pela internet, pelos meios de comunicação e, também, pela TV. Nosso foco será a TV e as medidas cautelares e preventivas que o telejornalismo deve adotar para evitar a propagação de informações falsas. A apuração correta, a checagem precisa, a atenção aos mínimos detalhes e a responsabilidade editorial são cuidados obrigatórios para filtrar o que deve e o que não deve ser mostrado pela TV ao seu público. Utilizaremos como metodologia de pesquisa a Dialética Histórico-Estrutural (DHE), de John Thompson (2000), para o exame dos casos e concentraremos nosso olhar nos processos editoriais do telejornalismo brasileiro já que o presente artigo está na linha de pesquisa da Rede de Pesquisadores em Telejornalismo – TELEJOR, do Brasil. Procuraremos reafirmar as regras editoriais básicas e fundamentais para que o jornalismo de televisão possa cumprir fielmente seu papel social de informar o público com qualidade e responsabilidade através da linguagem verbal e não verbal que utiliza em suas narrativas televisuais. Mais do que nas telas, a TV entra em sua vida.

**PALAVRAS-CHAVE:** Telejornalismo; apuração; *fake news*

**RESUMEN:** El presente artículo trata de las informaciones imprecisas, erróneas, falsas, conocidas como *fake news*, que invadieron los espacios y aprovecharon la velocidad de la comunicación contemporánea para llegar de forma rápida e incesante al público por Internet, por los medios de comunicación y también por la TV. Nuestro foco será la TV y las medidas cautelares y preventivas que el telediario debe adoptar para evitar la propagación de informaciones falsas. El recuento correcto, la verificación precisa, la atención a los mínimos detalles y la responsabilidad editorial son cuidados obligatorios para filtrar lo que debe y lo que no debe ser mostrado por la TV a su público. En el presente trabajo se analizará la metodología de investigación de la Dialéctica Histórico-Estructural (DHE), de John Thompson (2000), para el examen de los casos y concentraremos nuestra mirada en los procesos editoriales del telediario brasileño ya que el presente artículo está en la línea de investigación de la Red de Investigadores en Teleperiodismo - TELEJOR, de Brasil. Buscaremos reafirmar las reglas editoriales básicas y fundamentales para que el periodismo de televisión pueda cumplir fielmente su papel social de informar al público con calidad y responsabilidad a través del lenguaje verbal y no verbal que utiliza en sus narrativas televisivas. Más que en las pantallas, la TV entra en sus vidas.

**PALABRAS CLAVE:** Teleperiodismo; apuración, *fake news*

---

A mentira sempre chega mais rápido e avança com maior rapidez do que a verdade

O combustível que impulsiona a velocidade com que ela se espalha é a curiosidade do público para o que foge do habitual, ou que seja bizarro, esquisito, excêntrico, incomum. E como nós deciframos as imagens muito mais rapidamente do que os textos escritos ou falados, a televisão, em qualquer plataforma ou suporte, é o ambiente ideal para que a mentira se alastre. A TV é a incubadora perfeita para que o vírus das *fake news* se espalhe fazendo suas vítimas, contaminando-as com desinformação, informação falsa e mentiras. Assim foi com a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016, talvez o

---

<sup>94</sup> Flávio A.C. Porcello, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Doutor em Comunicação, Brasil. E-mail: flavio.porcello@ufrgs.br

maior exemplo em escala mundial de como a mentira pode ganhar da verdade. Em tempos da chamada “pós-verdade” o papel da televisão destaca-se entre os meios de comunicação, pois a checagem mal feita, a apuração imprecisa, a pressa em publicar e outros tantos deslizos nas rotinas produtivas ajudam a alimentar as informações falsas e mentirosas publicadas em sites especialmente criados para produzir inverdades para enganar e induzir o público aos erros de informação.

O propósito deste artigo é analisar essa questão e tentar apontar caminhos para que o telejornalismo de maneira geral, no caso brasileiro em particular, possa criar mecanismos de proteção, com checagem precisa, olhar atento e informações certas sobre os fatos políticos do cotidiano. A idéia aqui é oferecer desafios, propor questionamentos e provocar inquietações. Diante da TV há, em geral, telespectadores passivos, conformados e sem postura crítica. É preciso exercer a crítica, ter discernimento e usar a capacidade de indignação contra os excessos que a TV comete. A seleção do que é, ou não é, “fato jornalístico” já pressupõe uma escolha. A neutralidade é falsa. A meta, para exercer o bom jornalismo, é ter isenção. Pois o jornalista é subjetivo até no momento em que escolhe as palavras que irão compor o seu texto. Do jornalista deve-se exigir completa honestidade. O papel social do Jornalismo é exercer o espírito crítico e fiscalizar o Poder. Esse é o princípio que orienta a presente análise. A Mídia brasileira, especialmente a TV, e sua intrincada relação com o Poder constituem um tema desafiador para a pesquisa em Comunicação. As evidências remetem para a constatação de que há cumplicidade e troca de interesses entre Mídia e Poder no Brasil. O Poder, seja ele qual for, concede o espaço e a Mídia, seja ela qual for, retribui a concessão dos espaços recebidos apoiando o poder e encobrindo seus deslizos. O jornalismo tem como missão fiscalizar o poder, mas nem sempre cumpre o que promete e nem faz o que diz que faz. Já é bem conhecida no Brasil a parcela significativa de políticos que detém o controle das emissoras de rádio e TV em suas regiões. Existe até um nome para isso: “coronelismo eletrônico”, onde os caciques políticos, ou “coronéis” como são conhecidos em seus currais eleitorais, decidem em quem os eleitores votarão como se fossem rebanho de gado. No congresso nacional os parlamentares donos ou representantes dos proprietários de emissoras de rádio e TV formam a “bancada do ar”. Há ainda duas outras fortes representações políticas no parlamento brasileiro: a “bancada da terra”, que agrega os latifundiários, representantes do agronegócio e das grandes propriedades rurais, e a “bancada do céu” que reúne os religiosos, especialmente ligados às igrejas evangélicas.

Desde que surgiu no Brasil em 17 de setembro de 1950, a TV sempre teve forte influência em todos os períodos políticos da nação, em momentos de plenitude democrática e também durante as ditaduras. E todos os governos usaram sua influência da TV para atingir seus objetivos. Devemos considerar, é claro, que nos anos recentes a TV convencional não tem mais o domínio absoluto da audiência. Cada vez mais ela divide espaço com os dispositivos móveis, computadores, notebooks, tablets, smartphones, celulares, etc. A TV hoje é assistida de forma diferente pelo que convencionou-se chamar de “multitelas”. Mas segue tendo significativa influência como demonstram todas as pesquisas de audiência: ela é a principal forma de acesso à informação para a grande maioria da população brasileira, conforme o relatório de Mídia da Secretaria de Comunicação do governo federal divulgado em 2016: 97% dos brasileiros informam-se pela TV.

O que vai iluminar o caminho deste artigo é a certeza de que o jornalismo, que poderia ajudar a mudar essa histórica situação, traz pífias contribuições. Estrategicamente, os noticiários de TV são rigidamente controlados e manipulados de forma a manter a situação como está. Em períodos de campanhas eleitorais, mais do que controlados pelo Poder, os telejornais de todas as emissoras são comprometidos com interesses político-partidários de acordo com as conveniências de seus controladores. Daí a importância de discutir-se o jornalismo com profundidade, questionando e apontando seus defeitos, na busca de um comprometimento com as causas que ajudarão o país a encontrar seu rumo em direção a uma sociedade mais justa e igualitária.

O Brasil viveu nos últimos 33 anos (de 1985 a 2018) um período democrático que garantiu a realização de sete eleições sucessivas com escolha pelo voto direto para presidente da República. Esse registro deve ser para reconhecer o processo político e a força das instituições democráticas que asseguram a legitimidade dos pleitos e garantem a posse dos eleitos. Mas é preciso considerar, também, que os mandatos de Fernando Collor de Mello (1989-1992), eleito pela direita, e Dilma Rousseff (em seu segundo mandato, 2014-2016), candidata da esquerda, foram derrubados por escândalos políticos. Collor de Mello renunciou antes da votação do Impeachment para não ficar inelegível e poucos anos depois concorreu e foi eleito senador, mandato que exerce atualmente. Isso mostra a força da mídia como instrumento de persuasão e influência política em todos os processos eleitorais pelos quais o Brasil passou desde que a TV chegou ao país. Para eleger e para derrubar eleitos.

As regras vigentes permitiram um avanço cada vez mais significativo do uso dos recursos eletrônicos nas campanhas eleitorais. Pode-se dizer que a Mídia não só elege os governos, mas faz parte dos governos que elege. A Mídia não está apenas ao lado do Poder. A Mídia é o próprio Poder. A profunda relação entre Poder e Mídia (especialmente a TV) no Brasil deve ser estudada com profundidade por constituir-se em importante objeto de pesquisa e análise a quem se dedica ao estudo das formas de comunicação e influência do poder no país. Há uma constante e sistemática troca de benefícios e favores entre os dois lados que acabam quase sempre ficando do mesmo lado.

A Televisão dá prioridade ao componente visual, de maneira a causar fascinação ao público. Ela aumenta o peso da imagem em relação ao valor da palavra. E o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais. Se alguém diz que “isso apareceu na TV”, o outro aceita passivamente a situação como um fato real: “Se apareceu na TV, então

aconteceu”. O mesmo se dá nas redes sociais impulsionadas pela internet, onde os códigos visuais são decifrados muito mais rapidamente.

Mas a TV não é mera observadora dos fatos. Por trás de uma câmera, está o olhar de um cinegrafista. A matéria jornalística é uma história contada pela ótica do repórter, com as imagens captadas pelo cinegrafista. Na edição o jornalista faz escolhas, optando por uma e não por outra cena, por esse e não por aquele trecho da resposta do entrevistado. TV é edição, é recorte, é fragmento. O desafio de quem trabalha nela é escolher certo, com responsabilidade, critério, ética, e, principalmente, honestidade.

A história da Televisão no Brasil começou e continua sendo marcada ao longo de seus 68 anos de existência no país com uma profunda relação com o Poder, seja ele civil ou militar. Ela surgiu no Brasil, em 1950, com a inauguração da TV Tupi, de São Paulo, do Grupo Diários e Emissoras Associados. Foi o quinto país no mundo e o primeiro na América Latina a implantar sistema de transmissão por TV. De 1950 a 1960, não foi possível superar a marca de dois milhões de aparelhos receptores, vendidos para a população. Atualmente ela atinge todo o território nacional, com exceção de algumas regiões quase inacessíveis onde o sinal digital não é captado por questões topográficas.

No início, a TV brasileira tinha um caráter, exclusivamente, regional. Até 1967, só existiam três sistemas de transmissão por antenas de microondas, atendendo às seguintes rotas: do Rio de Janeiro para São Paulo, Belo Horizonte e Brasília. Em 1969, foi criado o primeiro centro de TV da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), no Rio de Janeiro. Essas duas ações (a indústria eletroeletrônica e o sistema nacional de telecomunicações) foram estimuladas e tiveram decisiva participação na sustentação dos governos militares pós-64. O decreto-lei número 486, de 1968, isentou de impostos de importação a compra de equipamentos, peças e sobressalentes, destinados à instalação e manutenção de emissoras de Rádio e Televisão. Sobre regulamentação e questões que interferem no papel político da TV no Brasil ver mais em Jambeiro (2000); Lima (2001); Porcello, Coutinho, Mello e Vizeu (2015).

Para Lima (2001, p. 108), o sistema de telecomunicações brasileiro foi constituído, tomando por base o tradicional modelo liberal das sociedades capitalistas do ocidente, tendo os Estados Unidos, como a principal referência. A Imprensa é um negócio privado independente, como qualquer outro e o Estado controla as licenças e concessões de Rádio e Televisão. Mas, no Brasil, houve uma situação peculiar: uma única rede – a Globo – detém o “virtual monopólio” de Televisão, consolidado e expandido durante os anos de regime autoritário.

A TV é uma fusão do Cinema com o Rádio. Usa a linguagem visual do cinema, com a narrativa oral do rádio e a palavra escrita da imprensa. Mas, por fazer fusão entre imagem e som, parece mais espontânea. Já foi dito que uma imagem vale por mil palavras. Não é bem assim. Mas é preciso alertar que a imagem pode encobrir o que está sendo dito pelo texto, pode esconder palavras que seriam fundamentais, para a perfeita compreensão do assunto. Um exemplo: a pausa na narração de um texto, ao criar o silêncio, por alguns segundos, tem enorme significado. Apenas a imagem, sem narração ou música de fundo, por certo vai atrair a atenção do telespectador para o que está sendo mostrado. É o silêncio que vale muitas palavras, a imagem vai falar por si. E isso em uma tela luminosa, que está sempre em constante movimento, significa muito.

Agora, imagine-se isso acontecendo na mesma proporção em que a TV multiplica os lugares onde pode ser assistida. E mais: é possível ver TV fazendo várias outras atividades. E é essa multiplicidade de oferta que amplia significativamente a força com que ela entra em nossas vidas. E como as narrativas televisivas não vem acompanhadas de um manual de instruções é preciso tentar entender os processos midiáticos envolvidos nesse simples ato de ver TV.

As cores, formas, palavras e sons que, através da televisão, ajudam a construir a cultura brasileira também são dispostas diante dos olhos de quem as vê de maneira subjetiva. Nela, o silêncio e as pausas na narrativa verbal dizem muito. Claro que há ideologia nos discursos, em níveis verbal e não verbal, por trás desse mosaico que brilha luminosamente nas telas e multitelas. Edição em TV é uma arte que pode ser voltada para o bem ou para o mal. O discurso pode ser verdadeiro ou falso. A imagem que está sendo mostrado pode estar ou não no contexto do que está sendo dito. E um dos truques para espalhar as *fake news* é manipular as imagens ou recuperar imagens antigas apresentando como novas. O público absorve o que lhe é mostrado.

É preciso observar e questionar a capacidade que a TV tem de montar e remontar o passado, segundo as conveniências da ocasião. A maior e mais influente emissora brasileira, a Rede Globo, não mudou só o presente ao festejar a vitória de Luis Inácio Lula da Silva: mudou o passado também. Imagens que, até 27 de outubro de 2002, eram banidas da TV, viraram a iconografia oficial da história do Brasil. Lula, no dia em que foi eleito pela primeira vez para presidir o Brasil foi apresentado ao público pelo Jornal Nacional, o principal da TV brasileira, como um herói que resistiu à ditadura militar e foi preso pelos repressores e mostrou imagem da prisão. Detalhe: quando ele foi preso em 1981 por incitar à greve, o que era proibido pelos militares, a Globo não noticiou e nem mostrou imagens da prisão. E tanto as tinha que buscou em seus arquivos e as exibiu na vitória de Lula.

Também no histórico comício das Diretas Já na Praça da Sé em São Paulo em 25 de janeiro de 1984 a Globo omitiu o motivo da concentração popular dizendo tratar-se de comemoração ao aniversário da cidade que acontece naquela data. Em recente série televisiva exibida pela emissora no primeiro semestre de 2017 (“Os Dias Eram Assim”) a Globo mostrou

telejornais em que noticiava o comício de São Paulo como se o tivesse noticiado na época. Mostrou agora o que escondeu na época.

*Os meios de comunicação, e, em especial, a TV nos dizem o que lembrar e o que esquecerem. Mostram o que querem lembrar e escondem o que querem que o povo esqueça ou nunca fique sabendo (MUSSE, MAGNOLO e VIANA, 2017, pg.10).*

Musse e Thomé destacam que o jornalismo é lugar de memória, pois são os registros jornalísticos de épocas passadas que nos permitem saber e lembrar o que aconteceu. O que não é dito e nem mostrado é esquecido, e muitas vezes, pelas conveniências de ocasião, intencionalmente esquecido.

*Assim funciona a imprensa, sobretudo nas lembranças. O jornalismo deve ser considerado um “lugar de memória”, porque nos dá a dimensão daquilo que devemos lembrar e aquilo que deve ser esquecido (MUSSE e THOMÉ in PORCELLO, EMERIM e FINGER, 2016, pg.67).*

Na minissérie a TV Globo buscou reconstruir fragmentos e disparidades que aconteceram durante a cobertura oficial realizada por ela na tentativa de remontar um momento tão significativo da história recente do Brasil. Dizem os autores que “a narrativa construída pela emissora, após 33 anos, contém nuances que permitem entender a narrativa melodramática como uma representação real do que aconteceu naquele período, contada a partir de uma reedição do material produzido pelo Jornal Nacional na ocasião do movimento nacional pelas eleições diretas para presidente que eram proibidas no Brasil na ditadura militar” (MUSSE, MAGNOLO e VIANA, 2017, pg.19). Sobre o tema é relevante citar Marialva Carlos Barbosa com sua afirmação de que os jornalistas são “os senhores da memória” e só saberemos se aconteceu se o Jornalismo tiver contado.

Consideremos, também, as importantes contribuições teórico-práticas de tantos pesquisadores que investigam, estudam e propõem reflexões sobre o telejornalismo e debruçam-se sobre sua influência política no Brasil. Entre eles, Vizeu (2006) que pesquisa a audiência presumida na construção do imaginário coletivo proposto na edição de um telejornal:

*Ao produzir seus textos, os jornalistas trabalham com uma audiência presumida. Tomemos como exemplo o noticiário televisivo. O telejornal se vale de uma série de operações para dar instruções ao telespectador sobre os procedimentos de sua leitura, isto é, as formas de lê-lo e percebê-lo. Nesse sentido, todo o noticiário é um modelo enciclopédico, uma manual de instruções, isto é, programa seu telespectador (VIZEU in PORCELLO, MOTTA e VIZEU, 2006, p.33)*

E, conclui:

*O telejornal é uma montagem de vozes, um espaço imaginário onde são propostos múltiplos espaços de participação à audiência; uma paisagem, de qualquer maneira, onde a audiência pode escolher o seu caminho com mais ou menos liberdade. Ao longo de todo o seu caminho, a audiência encontra atalhos, trilhas e personagens diversos com os quais procura ou não estabelecer uma relação, segundo a imagem que lhe é oferecida, o modo pelo que é tratada ou a intimidade que lhe é proposta (VIZEU in PORCELLO, MOTTA e VIZEU, 2006, p.33).*

Thompson destaca que a velocidade na circulação das informações e denúncias, verdadeiras ou falsas, atinge indiscriminadamente seus alvos, abalando reputações e interrompendo carreiras políticas:

*Embora possamos legitimamente esperar e, se necessário, exigir que as organizações de mídia tenham um grau de discricção na investigação e publicação de detalhes e denúncias sobre a vida privada das pessoas, devemos também reconhecer que, nessa era de proliferação de redes de comunicação e fluxos, será sempre mais difícil controlar a circulação de informação e denúncias sobre as vidas privadas de proeminentes personalidades públicas (THOMPSON, 2000, pg. 323)*

O pesquisador britânico enfatiza em seu livro O escândalo político: Poder e visibilidade na era da mídia (2000) que a melhor e mais eficiente maneira de evitar a proliferação de informações falsas, mentiras e *fake news* é a correta e minuciosa checagem dos assuntos e seus desdobramentos. E o método Dialético Histórico-Estrutural (DHE), de sua autoria, é muito eficiente como metodologia de análise. Como vemos, há muito tempo Thompson já disse e aqui nós vamos reafirmar: a missão primordial do Jornalismo é verificar antes de publicar e levar ao público e que for obtido de fonte confiável e verdadeira.

*“Diante deste cenário, as emissoras de televisão brasileiras, e, particularmente a emissora que busca manter a primazia da audiência, a rede Globo de Televisão, tem procurado se adaptar, não só por meio do uso técnico das novas tecnologias, mas também com a reconstrução da forma de produzir e apresentar o telejornalismo. Essa percepção já levou a emissora à implantação do SAI (Sistema de Apropriação da Interatividade), que assegura a transmissão das informações que chegam à emissora, mas as maiores mudanças incluem a própria percepção dos produtores sobre o telejornalismo. Neste novo contexto está claro que novas mudanças técnicas/tecnológicas irão surgir de forma acelerada, mais uma vez mudando não apenas o telejornalismo, mas toda a ambivalência social no qual ele se insere” (TEMER in PORCELLO, MELLO, COUTINHO e VIZEU, 2015, pg. 176).*

O tema não se esgota aqui, mas é preciso manter viva a discussão, estimular o debate e propor a reflexão sobre o assunto. É preciso lembrar para não esquecer. Devemos produzir memória através de um Jornalismo, isento e responsável, que chegue o mais perto possível da verdade para, assim, combater e vencer a mentira. É o compromisso do verdadeiro Jornalismo que devemos praticar na teoria e na prática.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

JAMBEIRO, O – Regulado a TV – uma visão comparativa no Mercosul (2000) Salvador (BA): Editora UFBA.

LIMA, V – Mídia- Teoria e Política (2001). São Paulo (SP): Editora Fundação Perseu Abramo.

MUSSE, CF; MAGNOLO, TS e VIANA, H- “Séries brasileiras: a resignificação da história recente em “Os Dias Eram Assim”, artigo apresentado no GT Estudos em TV no XIV Seminário Internacional de Comunicação na Pontifícia Universidade Católica do RS: [www.projetos.eusoufamecos.net/sic2017/wpcontent/uploads/2016/03/resumos.pdf](http://www.projetos.eusoufamecos.net/sic2017/wpcontent/uploads/2016/03/resumos.pdf)

PORCELLO, F.; MOTA, C. e VIZEU, A. - Telejornalismo: a nova praça pública (2006) Florianópolis (SC): Editora Insular.

PORCELLO, F.; MELLO, E.; COUTINHO, I. e VIZEU, A. - Telejornal e Praça Pública: 65 anos de Telejornalismo (2015) - Volume 4 - Coleção Jornalismo Audiovisual – Florianópolis (SC): Editora Insular.

PORCELLO, F.; EMERIM, C. e FINGER, C. - Telejornalismo e Poder (2016) – Volume 5 - Coleção Jornalismo Audiovisual Florianópolis (SC): Editora Insular.

PORCELLO, F.; EMERIM, C. e FINGER, C. – Desafios do Telejornalismo: Ensino, Pesquisa e Extensão (2017)- Volume 6 – Coleção Jornalismo Audiovisual - Florianópolis (SC): Editora Insular.

THOMPSON, J – O escândalo político: Poder e visibilidade na era da mídia (2000). Petrópolis(RJ): Ed. Vozes.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## Correspondence of 'war' in Brazil: a historical perspective

### Correspondência de 'guerra' no Brasil: uma perspectiva histórica

Maria Jandyra Cavalcanti-Cunha<sup>95</sup>

Vítor de Abreu Corrêa<sup>96</sup>

**RESUMO:** Nos estudos do jornalismo brasileiro, há poucas pesquisas sobre correspondência de guerra. Este artigo discute variáveis próprias à guerra que marcam o desenvolvimento das práticas do ofício.

**PALAVRAS-CHAVE:** correspondência de guerra, 'guerra clássica', 'guerra surda'.

#### INTRODUÇÃO

Este artigo trata da correspondência de guerra em meios impressos de comunicação e de como se desenvolvem as práticas desse ofício no Brasil. O objetivo é a caracterização de dois tipos distintos de cobertura jornalística em zonas de conflito: as 'guerras clássicas' e as 'guerras surdas'. O *corpus* da pesquisa foi extraído (i) das reportagens de José Hamilton Ribeiro sobre a Guerra do Vietnã (1955-1975) publicadas na revista *Realidade*, em 1968, e (ii) da cobertura do jornal *Folha de S. Paulo* sobre os ataques do Primeiro Comando da Capital (PCC), em São Paulo, em 2006.

#### 'GUERRAS CLÁSSICAS' E 'GUERRAS SURDAS'

Ribeiro é um dos profissionais de imprensa que mais se dedicam ao debate da correspondência de guerra no Brasil. Ele reflete sobre o desempenho desses profissionais, que classifica como "de escol", ou seja, como "do melhor nível internacional" (RIBEIRO, 2003: 18). A argumentação considera a qualidade de quem relata e/ou o poder do testemunho como método investigativo.

*As guerras só se tornam relevantes historicamente quando há quem escreve sobre elas com talento. Que seria da Guerra de Tróia sem Homero? Da Guerra do Peloponeso sem Tucídides? [...] Se não houvesse Euclides da Cunha no Vaza-Barris, o massacre do Conselheiro [na Guerra de Canudos] e de seus beatos talvez não passasse, hoje, de um episódio militar de rotina, descrito em relatório burocrático e só acessível (acessível?) a erráticos e reduzidos historiadores da caserna. (Idem: 18)*

De fato, em matéria de jornalismo, o Brasil somente iniciou suas primeiras impressões de jornais e revistas a partir da chegada da família real em 1808, tardiamente se comparada a outros países. No entanto, no que se refere à ocorrência de guerra em território nacional, o país exibe farto repertório desde os tempos do 'descobrimento' em 1500. O que havia no passado era a escassez da presença de hábeis escribas a contar sobre os combates, tornando-os "relevante historicamente".

No entanto, a Guerra de Canudos (1896-1897), revolta popular que aconteceu no sertão baiano, é um dos poucos conflitos armados brasileiros que se destacou na memória social porque durante a contenda o jornal *O Estado de S. Paulo* enviou um correspondente para a zona de combate: Euclides da Cunha<sup>97</sup>. Enquanto a história de Canudos é lembrada até os dias hoje, inúmeros conflitos sem a presença de repórteres caíram no esquecimento, figurando apenas em livros didáticos.

Atualmente, o país vive a época das 'guerras surdas'. Essa expressão tem sido frequentemente usada para caracterizar conflitos armados na cidade, como a guerra do tráfico de drogas e a guerra dos morros no Rio de Janeiro. Em verdade, essas guerras são 'ouvidas' pelas pessoas, que tomam conhecimento delas pelos meios de comunicação, de maneira

<sup>95</sup> Maria Jandyra Cavalcanti-Cunha é pesquisadora associada no Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PPG-Com/UnB), com pós-doutorado em Comunicação, Brasil, jandaccunha@gmail.com.

<sup>96</sup> Vítor de Abreu Corrêa é doutorando em Comunicação no PPG-Com/FAC/UnB, mestre, Brasil, abreu.correa@gmail.com.

<sup>97</sup> Sobre a correspondência de guerra de Euclides ver CORRÊA, 2012a.



ensurdecidora: somente em 2015, houve 59 mil homicídios no Brasil, segundo o *Atlas da Violência*, do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP).

Os dados mostram uma realidade cruel: a mortalidade da juventude masculina (de 15 a 19 anos) representa 53,8% do total. Sob o recorte racial, chegamos a números assustadores: de cada 100 homicídios, 71 são contra pessoas negras. “Jovens e negros do sexo masculino continuam sendo assassinados todos os anos como se vivessem em situação de guerra”, alerta a pesquisa (IPEA; FBSP, 2017: 30). No entanto, as ‘guerras surdas’ seguem sendo noticiadas como novidades. A abordagem não se dá de maneira sequenciada, como continuidade de um único ‘evento’, sendo tratadas pela imprensa como episódios da violência urbana, sem unidade de ação.

Essas guerras se diferem das ‘clássicas’, sempre reconhecidas como instrumentos políticos, nos moldes das formulações do teórico Carl Van Clausewitz (1996), entendendo-as como ato de violência destinado a forçar o adversário a aceitar a sua vontade. Nas ‘guerras clássicas’, as refregas acontecem entre países ou entre nações e grupos localizados, nos quais há clara disputa pelo poder.

## CORRESPONDÊNCIA DE GUERRA

O pensamento de Ribeiro valoriza o conceito empregado por Philip Knightley (1978: 8), que traçou a trajetória da correspondência de guerra levando em conta a ocorrência de conflitos militares. O jornalista vincula a guerra à cobertura civil por parte de um veículo de comunicação, sendo pública a peça a ser produzida. A correspondência de guerra, portanto, seria um “esforço organizado para contar uma guerra à população civil da pátria empregando os serviços de um repórter civil”.

A ênfase dada à necessária condição de civil – do emissor e do destinatário – leva a crer que o evento em questão é militar, no modelo que o subtítulo da obra de Knightley localiza como marco inicial: a Guerra da Criméia (1853-1856) Em trabalhos anteriores (CAVALCANTI-CUNHA, 2012; CORRÊA, 2012b), acrescentamos que “a correspondência está marcada pela presença do repórter em meio aos combates, enviando notícias regulares a um veículo de comunicação”. Entretanto, não é somente o profissional ligado a um veículo de comunicação que cobre a zona de conflitos, mas também repórteres que vão para a guerra por conta própria e publicam despachos na internet ou em livro-reportagem.

No Brasil, uma das coberturas de guerra mais conhecidas é a do próprio Ribeiro na campanha do Vietnã. A análise dessas reportagens nos auxilia na estratégia de reconhecer proximidades e distâncias, similaridades e obstáculos, entre ‘guerras clássicas’ e a tão pouco usual correspondência de ‘guerras surdas’, na perspectiva de avançar no entendimento nacional acerca do ofício.

## CORRESPONDÊNCIAS DE GUERRAS ‘CLÁSSICAS’ E ‘SURDAS’

Ribeiro realizou a cobertura jornalística no Vietnã ao lado das tropas norte-americanas, que lutavam no sul daquele país. Por isso, estava ‘protegido’ por tropas militares, mas credenciado formalmente como correspondente de guerra. Contava também com a ‘retaguarda’ da Editora Abril: hospedagem em Saigon, contatos diplomáticos, dinheiro em espécie, contratação de guia e de fotógrafo locais e, caso o pior acontecesse, até seguro de vida.

Embora a Guerra do Vietnã viesse a terminar somente em 1975, o plano da direção da revista era manter Ribeiro na Ásia somente por um curto período, de 6 a 21 de março de 1968. No dia 20, quando previa regressar do *front*, o repórter teve a perna ferida em explosão de mina terrestre uma durante operação militar. Do dia do incidente até 4 de abril, esteve acamado em enfermarias de campo, quando foi removido para se tratar nos Estados Unidos.

Portanto, a ‘cobertura’ testemunhal da qual Ribeiro se baseou para a confecção das reportagens se estendeu por 30 dias. Um intervalo de tempo mínimo levando em conta que os conflitos armados no Vietnã foram desencadeados ao longo de 19 anos e meio, aproximados 234 meses ou 7.020 dias: de 1º de novembro de 1955 até 30 de abril de 1975. No entanto, o jornalista esteve totalmente imerso naquele ambiente durante a viagem, ‘respirando’ os combates 24 horas por dia, sem que outros assuntos profissionais – e mesmo pessoais – lhe tirassem do seu único foco: a guerra.

Na correspondência de ‘guerras clássicas’ é frequente o repórter ficar ‘mergulhado’ por tempo relativamente pequeno e sob os ‘cuidados’ de um dos lados. De pronto, dois fatores são lembrados como motivos para coberturas intensas, porém curtas: (1) o risco de morte cresce conforme aumenta o tempo de permanência no *front*; e (2) o alto custo financeiro para a manutenção de repórter em zona de combate. Outros correspondentes também dispuseram de condições semelhantes.

Na Guerra do Paraguai (1864-70), Alfredo d’Escagnolle Taunay, visconde de Taunay (2002; 1997), esteve ao lado do exército imperial por 49 dias, durante incursão pelo Mato Grosso e por cerca de um ano na campanha final ao Paraguai. Na Guerra de Canudos, ao lado do exército, Euclides da Cunha (2000) ficou na Bahia por apenas 54 dias. Na Segunda Guerra Mundial (1939-45), Joel Silveira (2005) e Rubem Braga (1986) estiveram com os pracinhas na Itália por cerca de sete meses. Na Segunda Guerra do Golfo (2003-11), Sérgio Dávila e Juca Varella (2003) vivenciaram as explosões em Bagdá por 18 dias, parte deles ‘protegidos’ pelas forças iraquianas e parte pelas norte-americanas. Um caso excepcional foi o vivido por Klester

Cavalcanti (2012), que cobriu a Guerra Síria (2011–) de maneira independente. Sem ‘proteção’, tornou-se alvo de ambos os lados em oposição, acabou preso e torturado por cinco dias.

Em contraposição, a não usual correspondência de ‘guerras surdas’ já esbarra em um obstáculo, de pronto: a ausência de quem ‘proteja’ o jornalista. Pensando na típica guerra brasileira, seria natural que o lado escolhido fosse o do efetivo de segurança do Estado, uma vez que a busca por algum entendimento junto ao crime organizado, por exemplo, acarretaria alto risco, longo tempo e dificilmente seria aceito. Entretanto, são raros os casos em que a imprensa consegue acompanhar continuada e presencialmente as operações desenvolvidas<sup>98</sup>.

Nesses casos, o binômio ‘imersão e tempo curto’ em zona de conflito não se dá na mesma proporção do que acontece na cobertura clássica. As ‘guerras surdas’ estão no dia a dia da vida cotidiana e nem mesmo quando eventos de violência orquestrados explodem torna-se possível adotar o modelo convencional. Ainda assim, quando São Paulo viveu os ataques do PCC, a imprensa escalou repórteres para noticiá-los, mas não o clássico correspondente para testemunhar os conflitos: nenhum dos lados permitiria trabalho com tamanha proximidade.

Sem ‘proteção’, os profissionais apuraram por intermédio de fontes oficiais e não oficiais, se valendo da entrevista como método de investigação para recuperar aqueles terríveis dias, diante da impossibilidade de testemunhá-los. Sem vivenciar os combates, a imersão se transformou em dispersão, sendo os repórteres responsáveis por levarem à frente pautas diárias e, posteriormente, retornarem às suas vidas pessoais. O risco de morte e o custo financeiro da cobertura caíram sensivelmente, demonstrando outra distinção em relação à correspondência de ‘guerra clássica’.

Na comparação entre coberturas, o ambiente físico e as condições de trabalho no qual o repórter tem que lidar também é diverso. Em campanhas ‘clássicas’, a tônica é a frente de batalha, retaguarda militar, operação de reconhecimento, hospital avançado, mapa, tanque, míssil e uma infinidade de armamentos e tecnologias ultramodernas. Em campanhas ‘surdas’, o habitual é a coletiva de imprensa, entrevista exclusiva, visita às áreas atingidas, declaração de autoridades públicas e incontáveis pesquisas a documentos policiais e/ou judiciais.

O limitado fator tempo, todavia, não se apresenta: a cobertura se dá no decorrer de seus desdobramentos. À época, por exemplo, a *Folha de S. Paulo* destacou 10 manchetes principais de capa sobre os eventos de maio de 2006, durante o desenvolvimento dos ataques do PCC e contra-ataques das forças de segurança, que resultaram em 300 atentados e a reação policial silenciosa vitimando mais de 500 civis. As notícias foram baseadas em relatos de terceiros, sobretudo das autoridades públicas e de civis que sofreram e/ou presenciaram os conflitos.

Os títulos da *Folha* confirmam que a investigação foi posterior. Os inesperados ataques de 12 de maio mereceram chamada secundária de capa no dia seguinte: *Após transferências, PCC faz rebeliões e ataques e mata pelo menos seis*. O jornal abordou a temática levando em conta a perspectiva de diferentes autoridades: *Ataques do PCC deixam 30 mortos* (dia 14); *Polícia prende 24 e mata 33 em 12h* (17); *Lembo culpa ‘elite branca’ por violência* (18); e *PM diz que não matou inocentes* (19)<sup>99</sup>.

O primeiro dia de reportagens da *Folha* (2017: A1) traçou um roteiro dos ataques do PCC contra policiais, bombeiros e civis na região metropolitana de São Paulo e no litoral paulista e também noticiou o remanejamento de presos como o estopim para os ataques. Informou que a Secretaria de Segurança Pública “admitiu a nova onda de atentados”, embora não tenha informado o “número de mortos e feridos”, e ordenou estado de “alerta” para as forças do Estado. O relato factual apresenta, em resumo, os locais, os atingidos e as ações realizadas naquela noite.

*Na porta do Hospital Geral de Guaianazes, na zona leste, um policial civil que trabalhava na delegacia do bairro, o 44º DP, foi atacado e morto. [...] Uma moradora de Sapopemba foi atingida na mão por uma bala perdida. [...] Na zona sul, um policial civil que trabalhava no 85º DP (Jardim Mirna) foi morto na porta de sua casa. No 1º DP de Cubatão (58 km de SP) um investigador e uma carcereira foram baleados; ela morreu. No Guarujá, uma bomba caseira foi jogada em um Distrito. (FOLHA, 2017: A1)*

De outro lado, a correspondência de ‘guerras clássicas’ está marcada pelo testemunho de alguém que ‘viveu’ diretamente a frente de batalha. A reportagem de Ribeiro no Vietnã, *Eu estive na guerra*, foi a principal de *Realidade* na edição de maio de 1968, sendo a fotografia do autor, após a explosão da mina, estampada na capa. O relato trata dos “quinze dias mais terríveis” de sua vida: a de ferido de guerra, descrevendo o dia a dia nos hospitais, interrompido por recuos no tempo (*flashbacks*), que reconstituiu as duas semanas anteriores ao ferimento (RIBEIRO, 1968b: 42).

Diferentemente da reportagem da *Folha*, na qual os violentos acontecimentos foram apresentados à distância e em poucas linhas, o que se viu no relato de Ribeiro teve outra dimensão: foi a “experiência social vivida pelo repórter na guerra”, “uma gama de sentimentos e emoções que ele sentia jorrar, como sangue que continuava a escorrer de sua perna” ferida

<sup>98</sup> Uma das estratégias da mídia tem sido a de utilizar a câmera escondida, na dificuldade de ‘negociar’ a apuração *in loco*. O modelo permite a presença nos eventos, sem identificação. Tim Lopes, da TV Globo, fazia uso de tal subterfúgio quando foi assassinado em 2002, no Complexo do Alemão, Rio de Janeiro.

<sup>99</sup> As capas da *Folha* de maio de 2006 podem ser acessadas em <http://acervo.folha.uol.com.br/>.

(CAVALCANTI-CUNHA, 2013: 406). Na *Folha*, assinou o texto a equipe de “reportagem local”. Na *Realidade*, o autor teve foto na capa e seu nome no expediente.

*Nem bem dei cinco passos quando o estrondo de uma explosão povoou inteiramente meus ouvidos. Um zumbido agudo e interminável brotava na minha cabeça. Uma nuvem negra de fumaça fez desaparecer tudo à roda e eu tive a impressão, nítida, de que a bomba explodira exatamente em cima do soldado Henry. Quando ... ele apareceu na minha frente de repente com o rosto transformado em uma máscara de horror. “Henry você está bem?” Ele não me respondeu e continuou caminhando em minha direção. Senti-me sentado e não descobri por quê. Entrevi Shimamoto, saindo da fumaça, e ainda lhe perguntei: “Shima, você está ok?” Ele trazia um cigarro aceso e tentou colocá-lo na minha boca. Não aceitei. Senti na boca um gosto ruim, como se tivesse engolido um punhado de terra, pólvora e sangue – hoje eu sei, era o gosto da guerra. (RIBEIRO, 1968b: 27)*

A segunda reportagem – *Guerra é assim* – foi publicada pela revista no mês seguinte, junho de 1968, rendeu chamada de capa e trouxe as visitas de Ribeiro durante a passagem por Saigon e pelo *front* ao lado das tropas dos EUA, antes de ser atingido. O texto recuperou a agenda de 19 compromissos presenciais do repórter no Vietnã. Em ambos os casos, os relatos foram compostos em formato de diário e estavam preocupados em apresentar o que literalmente se entende por factual: baseado somente nos fatos, sem procurar compreendê-los e/ou interpretá-los.

Era testemunho direto da experiência vivida. Contudo, Ribeiro não publicou somente na imprensa, mas em livro: *O gosto da guerra* (1969 e 2005). E as edições em brochura, frequente na correspondência de ‘guerras clássicas’, é mais um ingrediente a marcar diferenças importantes em relação à correspondência de ‘guerras surdas’, no qual este meio de comunicação é pouco usado. Taunay, Euclides, Silveira, Braga, Dávila/Varella: todos publicaram livros testemunhais sobre a guerra após a cobertura.

Nos últimos tempos, uma novidade que chamou a atenção foi a do jornal *Extra* (2017), do Rio de Janeiro. Em 16 de agosto de 2017, inaugurou uma editoria inédita na imprensa brasileira: *Guerra do Rio*, exclusivamente dedicada a “guerra num país que se recusa a reconhecer que está em guerra”. A mídia sempre a noticiou, mas ainda não tinha classificado de maneira tão contundente a violência como guerra. A nova editoria se diferencia da de *Polícia* por não tratar de “homicídios, latrocínios, crimes sexuais...” como os que acontecem em “qualquer metrópole do mundo”, mas de “tudo aquilo que foge ao padrão da normalidade civilizatória, e que só vemos no Rio”.

A proposta do periódico carioca começa a alterar a perspectiva da cobertura das ‘guerras surdas’ no Brasil, embora ainda não haja figura similar ao do correspondente. “A criação da editoria de guerra foi a forma que encontramos de berrar: isso não é normal! É a opção que temos para não deixar o nosso olhar jornalístico acomodado diante da barbárie”, afirma o editorial do *Extra* (2017).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A correspondência de guerra no Brasil tem a trajetória marcada pela cobertura no modelo clássico. Exige presença em zona de combate e ‘escrita com talento’. O trabalho de Ribeiro no Vietnã representa o típico *modus operandi*: suporte e proteção em área de perigo e publicação de relato testemunhal, no qual a importância está na história do repórter, que registra a própria experiência como sobrevivente.

No entanto, a correspondência de ‘guerras surdas’, que vêm deixando lastro de morte na faixa de 60 mil a cada ano, ainda se configura como desafio para o seu pleno desenvolvimento. As premissas para o avanço do ofício esbarram na perspectiva de encará-las como violência urbana comum, na falta de mínimas condições para coberturas testemunhais e na publicação exclusivamente na imprensa. As consequências são guerras “sem relevância histórica” e abusos onde o “ser humano libera a fera que há dentro de si” (RIBEIRO, 2003: 12).

A partir da máxima de Ribeiro, segundo a qual “guerra sem jornalista é pior do que a própria guerra”, o Brasil segue vivendo suas ‘guerras surdas’ com ausência de correspondência capaz de denunciá-las. A cobertura da *Folha*, quando dos ataques do PCC, é um tipo de investigação jornalística baseada em relato de terceiros, sem narrativas singulares de repórteres que vivenciaram as tragédias e as tornaram públicas e acessíveis. Uma esperança, ainda a se confirmar, está na recente editoria criada pelo *Extra*, intitulada *Guerra do Rio*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRAGA, R. **Crônicas da guerra na Itália**. Rio de Janeiro: Record, 1986.
- CAVALCANTI, K. **Dias de inferno na Síria**. São Paulo: Benvirá, 2012.
- CAVALCANTI-CUNHA, M. J. Diário com sangue. Ação e reflexão em narrativas jornalísticas de guerra. In: LABORDE, E. P.; ALVAREZ, M. L. O. **Dimensão temporal e espacial na linguagem e na cultura latino-americana**. Campinas, SP: Pontes, 2013.
- \_\_\_\_\_. **História com tinta, voz e sangue**. Narrativas na correspondência de guerra do século XX. In: PEREIRA, F. H.; ADGHINI, Z. L.; MOURA, D. O. **Jornalismo e Sociedade. Teorias e metodologias**. Florianópolis: Insular, 2012.
- CLAUSEWITZ, C. V. **Da guerra**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 1996.
- CORRÊA, V. A. A guerra *in loco*: o caráter testemunhal da narrativa jornalística na Guerra dos Canudos. Revista Intercâmbio dos Congressos de Humanidades, 2013. Disponível em [http://unb.revistaintercambio.net.br/sys/conteudo/visualiza\\_lo18.php?pag=;revistaintercambioA;paginas;visualiza\\_lo18&cod=11704&secao=](http://unb.revistaintercambio.net.br/sys/conteudo/visualiza_lo18.php?pag=;revistaintercambioA;paginas;visualiza_lo18&cod=11704&secao=). Acesso em 2/12/2017.
- CORRÊA, V. A. **A narrativa de Canudos**: o diário de Euclides da Cunha. In: MOTA, C.; MOTTA, L. G. ; e CAVALCANTI-CUNHA, M. J. . **Narrativas Midiáticas**. Florianópolis: Insular, 2012a.
- \_\_\_\_\_. **Os diários de Taunay e Euclides da Cunha**. Um estudo sobre o início da correspondência de guerra no Brasil. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, orient. M. J. Cavalcanti-Cunha, 2012b.
- CUNHA, E. da. **Diário de uma expedição**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- DÁVILA, S.; VARELLA, J. **Diário de Bagdá**. A guerra do Iraque segundo os bombardeados. Texto (Dávila) e imagens (Varella). São Paulo: DBA Artes Gráficas, 2003.
- EXTRA. **Isso não é normal**. Disponível em <<https://extra.globo.com/casos-de-policia/guerra-do-rio/isso-nao-normal-21711104.html>>. Acesso em 23 ago. 2017.
- FOLHA DE S. PAULO. **PCC ataca e mata policiais após transferências**. Edição de 13 de maio de 2006, ano 86, nº 28.164, Cotidiano, pp. C1. Disponível em <<http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/2006/05/13/15//5285647>>. Acesso em 29 de ago. 2017.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA; FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Atlas da Violência 2017**. Disponível em <[www.ipea.gov.br/atlasviolencia/download/2/2017](http://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/download/2/2017)>. Acesso em 10 de ago. 2017
- KNIGHTLEY, P. **A primeira vítima**. O correspondente de guerra como herói, propagandista e fabricante de mitos da Crimeia ao Vietnã. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.
- RIBEIRO, J. H. **O gosto da guerra**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Bom dia, Bagdá**. In: DÁVILA, S.; VARELLA, J. **Diário de Bagdá**. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 2003.
- \_\_\_\_\_. **O gosto da guerra**. São Paulo: Brasiliense, 1969.
- \_\_\_\_\_. **Guerra é assim**. In: *Realidade*, ano III, nº 27, junho de 1968. São Paulo, Editora Abril, 1968a.
- \_\_\_\_\_. **Eu estive na guerra**. In: *Realidade*, ano III, nº 26, maio de 1968. São Paulo, Editora Abril, 1968b.
- SILVEIRA, J. **O inverno da guerra**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.
- TAUNAY, A. E. **Diário do Exército**. Campanha do Paraguai 1869-1870. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 2002.
- \_\_\_\_\_. **A retirada da Laguna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA NIÑEZ EN AMÉRICA LATINA Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD FRENTE A LA LEGISLACIÓN VIGENTE SOBRE DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA

Diana Mireya Pedraza González<sup>100</sup>

**RESUMEN:** En este trabajo de investigación posdoctoral se invita a los periodistas de los medios de comunicación de América Latina a transformar sus prácticas y narrativas para dar voz a la niñez e incluirlas en los discursos mediáticos autorregulando el ejercicio profesional para aportar en la consolidación de imaginarios de la niñez como sujeto de derechos, partiendo de estudios en sociología jurídica sobre el derecho y la comunicación, y tomando como referentes a autores como Liebel (2015) quien expone las contradicciones que la Convención Sobre los Derechos de los Niños tiene al dejar fuera a las infancias (Gaitán, 2006) y a su autonomía (Cordero, 2015), centrando su postulado en la mirada adultocéntrica (Picontó, 2016). Así mismo, aquí se expone que la Convención no contempla a los medios de comunicación en los escenarios convergentes (Prensky, 2001) sino en la linealidad del siglo pasado, dejando de lado la sociosemiótica de las hipermediaciones (Scolari, 2013), la teoría de los nuevos medios y los nuevos consumos culturales (Igarza, 2009). Así, esta investigación busca abrir nuevas tramas de significación que permeen el discurso mediático en el que predomine la concepción de los niños y las niñas como sujetos de derechos y sujetos sociales.

**PALABRAS CLAVE:** contenidos noticiosos, legislación-regulación y derechos de la niñez centrados en la autonomía

### LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA NIÑEZ EN AMÉRICA LATINA Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD FRENTE A LA LEGISLACIÓN VIGENTE SOBRE DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA

En este trabajo de investigación posdoctoral se invita a los periodistas de los medios de comunicación de América Latina a transformar sus prácticas y narrativas para dar voz a la niñez e incluirlas en los discursos mediáticos autorregulando el ejercicio profesional para aportar en la consolidación de imaginarios de la niñez como sujeto de derechos, partiendo de estudios en sociología jurídica sobre el derecho y la comunicación, y tomando como referentes a autores como Liebel (2015) quien expone las contradicciones que la Convención Sobre los Derechos de los Niños tiene al dejar fuera a las infancias (Gaitán, 2006) y a su autonomía (Cordero, 2015), centrando su postulado en la mirada adultocéntrica (Picontó, 2016). Así mismo, aquí se expone que la Convención no contempla a los medios de comunicación en los escenarios convergentes (Prensky, 2001) sino en la linealidad del siglo pasado, dejando de lado la sociosemiótica de las hipermediaciones (Scolari, 2013), la teoría de los nuevos medios y los nuevos consumos culturales (Igarza, 2009). Así, esta investigación busca abrir nuevas tramas de significación que permeen el discurso mediático en el que predomine la concepción de los niños y las niñas como sujetos de derechos y sujetos sociales.

Así, este trabajo investigativo busca responder a la pregunta de si la niñez es objeto informativo o sujetos de derechos en el andamiaje mediático, para lo cual es necesario adentrarse en la relación intrínseca, permanente y determinante que existe entre el derecho y la comunicación. El Dr. Vincenzo Ferrari explica bien esta relación con estas palabras:

*Si la norma, entendida en sentido amplio, es palabra, quizá también vale lo opuesto; es decir la palabra es ella misma intrínsecamente norma. No hablo solo de la palabra que impone, promete, veta, reprende – lo que sería obvio -, sino también de la que explica, describe o, más simplemente, dice. La palabra comunicada, en realidad, lleva consigo las expectativas de los que la pronuncian y genera expectativas en los que las escuchan. Los signos que la componen llevan o suponen un significado, un sentido, si se prefiere. Pueden ser entendidos o no, voluntaria o*

<sup>100</sup> Diana Mireya Pedraza González. Docente investigadora de la Universidad Externado de Colombia, postdoctora en investigación en Ciencias sociales, niñez y juventud y en Representación mediática y perspectiva de los derechos de la niñez. Correo electrónico dianapedrazagonzalez@gmail.

*involuntariamente. Por lo tanto, pueden causar seguridad o decepción, aunque no entre en juego ningún interés o valor que separe a los interlocutores. (2014, p. 29)*

Es así como esta concepción de palabra, entendida como el vehículo a través del que se materializa el entramado social, sirve de marco para encontrar en la urdimbre social la responsabilidad del periodista y la autonomía de la niñez como elementos que generan un círculo virtuoso de perspectiva de derechos que son representados en el andamiaje mediático.

Con el manifiesto interés de avanzar hacia la articulación de contenidos noticiosos, legislación, regulación y derechos de la niñez centrados en la autonomía, se parte de entender socialmente a los niños y a las niñas “siendo agentes, este vocablo polisémico abarca “individualidad, motivación, voluntad, intencionalidad, elección, iniciativa, libertad y creatividad” (Cordero, 1998, p.962). Por tanto, entender a la niñez como agente significa noticiosamente abrir nuevas tramas de significación que construyen representaciones de la vida cotidiana con nuevas narraciones mediáticas en donde la niñez está apartada de la visión adultocéntrica.

Cordero ratifica esta posición al afirmar que:

*La concepción de los derechos de la infancia que domina el sistema de derechos internacional es esencialmente adultocéntrica, es decir, sitúa el punto de vista adulto como el punto de vista, a secas. El adultocentrismo presupone que el conocimiento, el discurso, la razón de los adultos es superior a, es mayor que, la de niñas y niños por el mero hecho de ser el conocimiento, discurso o razón de los adultos. (Cordero, 2015, p.15).*

En este punto, está claro que hablar de los niños y las niñas como agentes implica que tienen voz; sin embargo, en el mundo mediático en América Latina los niños y las niñas tienen portavoces adultos quienes los representan, hablan por ellos, y, sobre todo, asumen que sus discursos sobre la infancia y la adolescencia están cargados de la mirada infantil.

Así las cosas, para esta investigación, se analizaron 9 casos de informaciones noticiosas sobre niñez en países de América Latina en los que se utilizó como herramienta de análisis el modelo Calidad de la información periodística en niñez –Cipen<sup>101</sup>– que demuestra, así como también lo afirma la Red Andi (2012), que no existe una auto-representación de la niñez frente a los temas que atraviesan su cotidianidad.

Desde esta perspectiva, la sociología de la infancia concebida por Lourdes Gaitán Muñoz en su texto La nueva sociología de la infancia, aportaciones de una mirada distinta evidencia tres aspectos reveladores que ayudan a enriquecer este horizonte teórico: la sociología del niño, la sociología deconstructiva de la infancia, y la sociología estructural de la infancia. Gaitán dice:

*Los niños merecen ser estudiados por sí mismos y desde sus propias perspectivas, (...) Las nociones sobre niño, niños o infancia son tratadas como formaciones discursivas socialmente construidas, a través de las cuales las ideas, imágenes y conocimiento de los niños y la infancia se comunican en la vida social, (...) La infancia se observa como un elemento permanente y como una parte de la estructura social de las sociedades modernas. (Gaitán, 2006, p.14).*

No se puede perder de vista que el ser humano es un producto social y que todo su desarrollo está socialmente construido e interferido, incluso a la infancia, tal como lo plantean Berger y Luckmann al decir que:

*La auto producción del hombre es siempre, y por necesidad, una empresa social. Los hombres producen juntos un ambiente social con la totalidad de sus formaciones socio-culturales y psicológicas. (...) La humanidad específica del hombre y su socialidad están entrelazadas íntimamente (Berger y Luckmann, 1993, p.72).*

Así mismo Alfred Schütz y Thomas Luckmann (2003) son clave para entender al sujeto infantil como partícipe de su propia construcción en la vida cotidiana, pues estos autores aportan al definir al ser humano en su cotidianidad a partir de la construcción simbólica y comunicativa.

Asumir a los niños y las niñas como seres sociales que se manifiestan en la vida cotidiana es entenderlos como seres inmersos en la cultura, entendida esta como horizonte de significados, como el espacio de los intercambios sociales desde donde se construyen los imaginarios colectivos, los referentes de identidad, los reconocimientos de lo igual y de lo diferente, de lo bueno y lo malo, de lo justo y lo injusto, del ser niño o niña y del sentido de ser adulto. Por lo tanto, es desde la cultura desde donde los grupos sociales comprenden y asignan sentido a la vez que orientan sus acciones e interpretan las de los demás (Geertz, 1988). Aquí la comunicación es la acción dadora de sentido en términos de producción simbólica, de intercambio, desciframiento y ocultamiento (Barbero, 1987).

<sup>101</sup> Cipen, instrumento de recolección para analizar la información periodística denominado Calidad información periodista en niñez.

En este entramado social la Convención sobre los Derechos del Niño ha jugado un papel preponderante, pero tras 25 años de su creación existen autores que han comenzado a revisar su postulado a la luz de las nuevas infancias. Sobre el tema Teresa Picontó dice: “No basta con aplicar o implementar los derechos del niño, sino que es necesario “traducirlos”, esto es, hacerlos compatibles con las realidades, visiones y prácticas de manera contextualizada, teniendo en cuenta cada situación particular de niños y niñas” (2016, p.149).

En este sentido, traducir estos derechos significa entender que en pleno siglo XXI las infancias están marcadas por los contenidos virtuales, las nuevas interacciones, roles y relaciones (Amador, 2010) que gestan los nativos digitales (Prensky, 2001), la sociosemiótica de las hipermediaciones (Scolari, 2013), y la teoría de los nuevos medios y los nuevos consumos culturales (Igarza, 2009).

Y en medio de esta virtualidad se encuentra la comunicación y el periodismo transformando sus construcciones noticiosas para poder competir con el mundo de la velocidad, la interactividad, la oportunidad y la fugacidad; pero a pesar del nuevo escenario mediático que se abre paso con fuerza en las salas de redacción, la construcción informativa se sigue nutriendo de los hechos que se dan en la vida cotidiana, por eso, al definir el periodismo como un fenómeno social que encuentra en la noticia su máxima expresión, se legitima a la noticia como la forma más dinámica, pero al mismo tiempo más compleja, de representar la realidad (Tuchman, 1983).

Así, la noticia se concibe como una ventana que se nutre de los hechos que suceden en la cotidianidad y los traduce en hechos públicos que se dan para la discusión; por eso cuando la niñez es la protagonista surgen las preguntas que sirven de base a esta investigación:

- ¿La inmediatez y vertiginosidad de los medios de comunicación no permiten una construcción noticiosa que tenga en consideración la autonomía de la niñez?
- ¿La comercialización de contenidos noticiosos no permite una construcción informativa con perspectiva de derechos?
- ¿Existe una ruptura entre la lógica mediática y la niñez como sujeto de derechos?

Al ir develando cada uno de estos interrogantes se abre el camino para comprender por qué en la actualidad las niñas y los niños en América Latina son tratados mediáticamente como objetos y no como sujetos de derechos.

En este contexto, es importante mencionar que el periodista se asume como un ser humano capaz de transformar su práctica a través de la autorregulación de su quehacer, pues el periodismo debe contribuir a la construcción democrática de los ciudadanos y es allí en donde se puede generar un cambio de la niñez representada como sujeto y no como objeto teniendo presente el interés superior de los niños y las niñas. Esta premisa es pertinente plantearla desde las palabras de Teresa Picontó cuando afirma que: “Cabría preguntarse si el interés superior del niño se entiende únicamente en el sentido del bienestar del niño o si implica además que los niños y niñas tienen derecho a participar en las decisiones sobre su vida” (2016, p.147).

Por eso la mirada permanente referida al cómo y el qué de los hechos en la vida cotidiana, en la representación noticiosa, y en las relaciones que se establecen entre los periodistas y la niñez es lo que permite entender las aristas que tiene la lógica mediática para centrarse en la producción periodística –noticia- como acto de construir la representación de la realidad misma, más que una imagen de esta.

En este entendido, la Etnometodología es la apuesta metodológica que permite interpretar el sentir del periodista a través de entrevistas a profundidad, el sentir de los niños y las niñas como protagonistas a través de grupos focales, y analizar los corpus noticiosos como representaciones de la vida cotidiana. Aquí se acude a Harold Garfinkel y su texto Estudios en Etnometodología (1967), quien afirma que este método se refiere a la investigación de las propiedades racionales de las expresiones y otras prácticas estandarizadas en la vida cotidiana (Berger y Luckmann, 1993), y permite concebir a los niños y las niñas como agentes (Cordero, 2015), mostrar la noticia como construcción social (Tuchman, 1983), e interpretar el entramado simbólico y comunicativo que se ponen de manifiesto en un mismo escenario cuando se analizan los derechos de la niñez a la luz de la Sociología de la infancia.

Así, para poder establecer el entramado de relaciones que se teje en la relación adulto y niño-niña en pleno siglo XXI en donde los nativos e inmigrantes digitales (Prensky, 2001) pueden interactuar y luchan simbólicamente por ejercer sus derechos, es en donde el análisis y la reflexión sobre la representación de los medios de comunicación, en concordancia con la autonomía de la niñez, se convierte en una apuesta propositiva para generar nuevas dinámicas y rutinas de trabajo que asuman la niñez como sujeto de derechos, dejando atrás la mirada de la niñez objeto informativo y haciendo énfasis en la responsabilidad social del periodista.

### **LA ETNOMETODOLOGÍA: EL MÉTODO DE LAS EXPERIENCIAS Y LAS PRÁCTICAS EN LA VIDA COTIDIANA**

Es así como la apuesta metodológica planteada en esta investigación se compone de cuatro momentos, así:

En un primer momento, en el año 2014 se realizó un trabajo de recolección de información para abordar los desafíos que representa la regulación en la sociedad de la información, partiendo de las conferencias, entrevistas y diálogo sostenido con los académicos, instituciones estatales de regulación, sociedad civil, especialistas y medios de comunicación en el evento de la Plataforma de Reguladores del sector Audiovisual de Iberoamérica -PRAI 2014- que se llevó a cabo en Bogotá, Colombia, durante septiembre 25 y 26. El objeto de este tipo de encuentros promovidos por la PRAI es “fomentar el debate y el diálogo alrededor de conceptos centrales de la regulación como son la libertad de expresión, el pluralismo, la comunicación como derecho humano y el nuevo panorama audiovisual en la convergencia digital” (Quiñones, 2016, p.9). En este sentido, para esta investigación la PRAI se convirtió en el escenario en el que se dieron múltiples diálogos sobre la legislación, la regulación, la niñez y su incidencia en la sociedad. Así es que la PRAI se constituyó en uno de los insumos para la reflexión sobre derechos, niñez y representación mediática.

En un segundo momento en 2016, se realizaron 9 estudios de caso en 9 países: Colombia, Chile, Paraguay, Uruguay, Guatemala, Argentina, Brasil, Perú y Ecuador. Allí se analizaron 10 noticias por país, para un total de 90 noticias que se constituyeron en los estudios de caso para esta investigación. Estas noticias muestran la tendencia de cómo representan los medios de comunicación la niñez en América Latina y el rol que juega el periodista en la construcción de esa representación mediática. Aquí se articulan las categorías desarrolladas en el modelo de Cipen Análisis y Cipen Herramienta desarrollado en 2007 (Pedraza, 2008), con las categorías que maneja la Red Pandi Colombia en el software diseñado por la Red Andi Brasil para monitoreo y análisis de información periodística.

Los modelos sobre información periodística con perspectiva de derechos en la niñez desarrollados y llamados Cipen tienen dos propósitos fundamentales y se concretan en: Cipen Herramienta, que es un insumo básico para la elaboración de un software que le sirva al periodista de guía para consultar sobre los derechos de la niñez, el tratamiento noticioso, la construcción informativa y la comprensión del tema; y Cipen Análisis, que es un modelo de análisis de la información periodística en radio, prensa y televisión para corpus de investigación grandes, orientado a establecer la ubicación de la información periodística, el espacio que le fue asignado dentro del periódico o programa, las fuentes de información, la titulación, el lenguaje utilizado, los recursos gráficos, los ejes temáticos, el contexto, el epicentro del hecho, la procedencia, la coherencia, los derechos que se vulneran y su tratamiento periodístico. Esto significa que se interpreta la lógica noticiosa en modelos de análisis y se vuelve a presentar en insumos para una herramienta de trabajo periodístico.

Las categorías que se pueden desarrollar en la construcción del modelo de análisis de información periodística -Cipen Análisis- pueden abarcar infinidad de elementos; sin embargo, para este caso particular, se han elaborado cinco modelos denominados:

- Cipen Derechos.
- Cipen Identificación.
- Cipen Espacio útil.
- Cipen Comprensión del tema.
- Cipen Construcción informativa.

Estos modelos buscan identificar y caracterizar las representaciones sobre niñez que ofrecen los medios de comunicación y las formas como estos agendan las acciones en donde los niños y niñas participan. Ellos se centran, por una parte, en descubrir las cualidades de las noticias sobre niñez, publicadas o transmitidas por los medios de comunicación, y, por otra parte, en localizar dichas cualidades positivas y/o negativas en los diferentes planos de la significación periodística en relación con la comprensión del tema, la construcción periodística y la garantía de derechos. En este contexto el modelo tiene tres niveles de análisis de la representación mediática:

- (i) Nivel cuantitativo. Se ocupa de observar factores como la extensión, localización, continuidad o duración en el tiempo y frecuencia de aparición de informaciones periodísticas sobre niñez.
- (ii) Nivel discursivo. Se ocupa de observar factores como la tematización, el tipo de lenguaje, las estructuras de construcción de las informaciones periodísticas, los procedimientos de citación, la titulación, los actores y acciones, así como las imágenes y referentes gráficos utilizados en la información sobre niñez.
- (iii) Nivel de producción de significación. Se ocupa de analizar los procesos de recontextualización, legitimación, presuposición, definición de marcas o mundos de validación (modelos imaginarios o metáforas) y, finalmente, las representaciones e imaginarios sobre la niñez.

En segunda instancia, y a partir de los resultados de este nivel, se plantea un modelo de correlación entre los derechos, la representación informativa, los imaginarios, el tratamiento y la garantía de los derechos de la siguiente manera:

- a. Derechos que se reconocen y manera como ello ocurre a partir de factores cuantitativos en términos de extensión, localización, continuidad y frecuencia.
- b. Derechos que se reconocen y manera como ello ocurre asociado a factores discursivos de tematización, lenguaje adecuado, estructura de la información periodística, citación y reconocimiento de los diferentes actores, reconocimiento de los derechos de quienes son citados, y criterio que orienta la titulación.



- c. Derechos que se reconocen y garantizan y manera como ello ocurre asociado a factores de significación en términos de recontextualización de los asuntos referidos a la niñez, legitimación de la información, presuposiciones acerca de los temas de la niñez, perspectiva de derechos, localización de los derechos en la vida cotidiana y representación de la niñez como sujeto de derechos.

Aquí el software especializado para monitoreo de medios y niñez, y bajo los criterios metodológicos de la Red Andri-Brasil (con el ánimo de hacerlo comparativo con otros estudios y probar la validez del mismo), agrupó categorías y realizó cruces que dieron respuesta a la representación mediática de la niñez en el plano cualitativo y cuantitativo, articulado con el modelo Cipen previamente explicado en este texto. Las categorías analizadas en el software fueron 'Violencia' y 'Sexualidad'.

Cada categoría se analizó temáticamente, así:

- Categoría Violencia: aquí se puede identificar si el niño o niña protagonista de la noticia es agente o víctima del hecho noticioso. Para ello se analizó:
  1. Violencia Intrafamiliar
  2. Violencia interpersonal (la que sucede en las calles -bala perdida, una golpiza, una puñalada-)
  3. Conflicto Armado
  4. Violencia en las escuelas
  5. Violencia en las Instituciones del Estado
  6. Homicidio
- Categoría Sexualidad: en esta categoría se analizó
  1. Abuso sexual
  2. Actos sexuales abusivos
  3. Explotación Sexual Comercial Infantil (ESCI)
  4. Derechos sexuales y reproductivos

Para estas dos categorías existen elementos que pueden estar asociados y que reportan cruces complementarios, siendo así que se tienen en cuenta *Palabras Clave*, por ejemplo, si se habla de un abuso sexual, pero se indica que la persona que comete el delito también se dedicaba a la pornografía infantil, el foco de la noticia es abuso sexual, sin embargo, existen dos delitos contra la niñez. Aquí es importante para este estudio determinar explícitamente los dos delitos. En este sentido, se usaron las siguientes Palabras Clave: pornografía infantil, alcohol, acto cometido por padre, madre, maestro, funcionario público, embarazo en adolescentes, inicio de la vida sexual, anticoncepción, pólvora, bala perdida, minas antipersona.

De otro lado, vale la pena resaltar que las categorías Violencia y Sexualidad de la metodología de análisis de Andri-Brasil se analizan a la luz de los ejes temáticos Expresiones de Niñez, Niñez para convalidar, Niñez símbolo y Vulneraciones a la Niñez, provenientes del Modelo Cipen.

Otro elemento asociado al análisis lo constituyen los *Términos Peyorativos* en contra de los niños y niñas. Se entiende por términos peyorativos las palabras que son lesivas en contra de la niñez y de la adolescencia y que tienen por objetivo minimizarlo, criminalizarlo, estigmatizarlo. Es así como términos como Menor, Pandillero, Guerrillero, Prostituta, Matón, Alcohólico, Drogadicto y otros fueron tenidos en cuenta.

Con las categorías de Violencia y Sexualidad emergen *subtemas* que aproximan al estudio hacia el detalle de la información. Por ejemplo, se analiza la violencia intrafamiliar como tema principal, pero también se analizan las secuelas en la salud emocional y física que tiene esta problemática en los niños o niñas afectadas. Siendo así que se marca el tema principal y el subtema de apoyo.

En un tercer momento se realizaron grupos focales con niños y niñas de diferentes zonas de Colombia para conocer cómo se relacionan ellos con los medios de comunicación. Aquí vale la pena mencionar que estos menores de edad están sensibilizados con el tema de los medios pues formaron parte de la estrategia Pasa la Voz, Tu Opinión Cuenta<sup>102</sup>, que el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar desarrolló en conjunto con la Agencia Pandi en el año 2016. Esta estrategia se configuró en la oportunidad de realizar paralelamente los grupos focales con estas comunidades predeterminadas, superando así la dificultad que implica realizar trabajo de campo con menores de edad que cuenten con el aval de sus padres para participar en este tipo de actividades.

Así, siguiendo a Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (2006), se llevaron a cabo los pasos que ellos sugieren con el fin de poder recolectar la información. Es así como se determinó un número de grupos y sesiones, se definió el tipo de personas (perfiles) que participaron, y la sesión se desarrolló en un ambiente cómodo

---

<sup>102</sup> Ver el proyecto Pasa la Voz, Tu Opinión Cuenta, desarrollado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y la Agencia Pandi en 2016, en <https://www.alianzaporaninez.org.co/la-voz-de-la-ninez-fue-escuchada-en-el-icbf/>

y tranquilo que permitió la identificación de los niños y niñas participantes. Durante la sesión se realizaron preguntas, administraron cuestionarios, se discutieron programas de televisión, y se intercambiaron ideas con las que se pudo discutir casos, intercambiar puntos de vista y valorar diversos aspectos. Luego de ello se elaboró un reporte de sesión, el cual incluyó principalmente: datos sobre los participantes (edad, género, nivel educativo y todo aquello que fue relevante para el estudio), fecha y duración de la sesión (hora de inicio y terminación), información completa del desarrollo de la sesión, actitud y comportamiento de los participantes hacia el conductor y la sesión.

Así es que como ya se mencionó previamente, para el caso particular, estos grupos focales se realizaron dentro de esta estrategia del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y la Agencia Pandi, por lo que sus tiempos y sesiones fueron diseñadas especialmente para recolectar la información pertinente para este estudio.

Para los grupos focales se utilizaron los siguientes elementos, a saber:

- Técnica: Entrevista Semi-estructurada
- Metodología tipo: Mixta -cualitativa, cuantitativa-
- Unidad de análisis: Formulario de recolección de datos
- Corpus: Contenidos emitidos por los canales regionales Teleantioquia, Telecaribe, Telecafé, Telepacífico, Teleislas, TRO, Canal Tr3ce, Canal Capital y Señal Colombia.
- Tipo de recolección y sistematización de información: Formulario escrito
- Participantes: 177 estudiantes de las instituciones educativas.
  1. Girardot, Cundinamarca: 21 participantes
  2. Espinal, Tolima: 24 participantes
  3. Riohacha, Guajira: 28 participantes
  4. Paz de Ariporo, Casanare: 26 participantes
  5. San Andrés, Isla: 16 participantes
  6. Providencia, Islas: 20 participantes
  7. Cali, Valle: 21 participantes
  8. Inírida, Guainía: 21 participantes

En un cuarto momento se realizaron entrevistas a periodistas de los países involucrados en el estudio para conocer qué piensan ellos de la forma como se representa noticiosamente la infancia en América Latina. Aquí, por ser los periodistas un *target* de difícil acceso, se envió invitación a una cantidad considerable de ellos, quienes están registrados en las bases de datos de los medios de comunicación de cada país, y también en la base de datos internacional de periodistas Amigos de la Infancia de la Red Andi. Así, a quienes respondieron voluntariamente a esta invitación y cumplían con el perfil de ser periodistas en ejercicio profesional activo, se les seleccionó para ser entrevistados.

Para ello, se utilizó como técnica la entrevista, siguiendo también a Hernández Sampieri et al: “La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta. Esta se define como una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (2006, p.597). En este caso en particular, se indagó, teniendo como referente las siguientes preguntas: ¿Qué aspectos encuentra positivos y cuáles no? y ¿Cómo percibe los derechos de la niñez a la luz de la Convención de los Derechos del Niño en la representación mediática?

El grupo de periodistas entrevistado lo conformaron 20 de ellos, mínimo uno por cada país en donde se realizó el análisis de las noticias. Con este trabajo de campo se logró evidenciar las dos características invariables delineadas por los etnometodólogos como son la indicatividad, que implica reflexibilidad y viceversa, así como lo afirma Gaye Tuchman:

*Conceptos gemelos que pueden ser empleados para describir cómo, en conversaciones compartidas las personas dan sentido a las expresiones de sus interlocutores, cómo las personas dan sentido a lo que dicen las noticias como relatos del mundo cotidiano, cómo los reporteros dan sentido a los sucesos o cómo las personas extrapolan desde cualquier ítem particular hasta una caracterización del mundo cotidiano (1983, p.202).*

Estos cuatro momentos permitieron hacer una recolección de información desde los contenidos, los actores y las relaciones que se establecen en la vida cotidiana, reforzando así el componente teórico sobre el que se sustenta este trabajo. Fue así como se consolidaron los elementos necesarios para hacer la propuesta de insumos de una herramienta que pretende servir de apoyo a los periodistas en sus prácticas, rutinas y lógicas de construcción mediática que se viven en las salas de redacción, para generar una transformación real cuando la niñez es la protagonista de hechos noticiosos.

## REFERENCIAS

- ANDI, Comunicación y Derechos (2012). *Derechos de la infancia y Derecho a la comunicación*. Red Andi. Recuperado desde <http://www.andi.org.br/politicas-de-comunicacao/publicacao/derechos-de-la-infancia-y-derecho-a-la-comunicacion>
- ANDI. (2010). *La regulación de los medios de comunicación y los derechos de los niños, niñas y adolescentes, Un análisis del marco legal de 14 países latinoamericanos, desde la perspectiva de la promoción y protección*. Brasil: ANDI

- Argentina. Senado y Cámara de Diputados. *Ley 26061*. (26 de octubre de 2005). Ley de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes. Recuperado de <http://www.trabajo.gba.gov.ar/documentos/legislacion/copreti/ley26061.pdf>
- Barbero, J. M. (1999). *Retos culturales de la comunicación a la educación*. Revista Gaceta, 44(45), 9
- Barbero, J. M. (1987). *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili
- Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad* (249). Recuperado desde [www.nuso.org](http://www.nuso.org)
- Berger, P. y Luckmann, T. (1993). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu
- C.K. Ogden y A.I. Richards. (1923). *El Significado del Significado*. New York: Harcourt, Brave & World, Inc. Recuperado desde <http://s-f-walker.org.uk/pubsebooks/pdfs/ogden-richards-meaning-all.pdf>
- Caballero, J. J. (1991). Etnometodología: una explicación de la Construcción Social de la Realidad. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. 56 (10), 83-114
- Casa Editorial El Tiempo. (2002). *Manual de Redacción*, Bogotá: Casa Editorial El Tiempo
- Castells, M. (2000). *La Sociedad Red*. Cambridge: Blackwell Publishers. Recuperado desde [http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/LA\\_SOCIEDAD\\_RED-Castells-copia.pdf](http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/LA_SOCIEDAD_RED-Castells-copia.pdf)
- Castells, M. (2002). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. *La sociedad red*. Siglo XXI
- Chile. Ministerio Secretaría General de Gobierno. *Ley 19733*. (04 de julio de 2001). Sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo. Recuperado de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=186049>
- Colombia. Congreso de Colombia. *Ley 1098 de 2006*. (08 de noviembre de 2006). por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia. Recuperado desde [https://www.oas.org/dil/esp/Codigo\\_de\\_la\\_Infancia\\_y\\_la\\_Adolescencia\\_Colombia.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/Codigo_de_la_Infancia_y_la_Adolescencia_Colombia.pdf)
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (2012). *Documento preparatorio: diagnóstico del sector de televisión en Colombia y consulta pública para una agenda convergente*. Recuperado desde [https://www.crcm.gov.co/recursos\\_user/Documentos\\_CRC\\_2012/Actividades\\_Regulatorias/diagnostico\\_television/Diagnostico%20TV%20\\_%20CRC\\_23\\_03\\_2011%20para%20publicacion\\_sin\\_cc.pdf](https://www.crcm.gov.co/recursos_user/Documentos_CRC_2012/Actividades_Regulatorias/diagnostico_television/Diagnostico%20TV%20_%20CRC_23_03_2011%20para%20publicacion_sin_cc.pdf)
- Cordero, M. (2015). *Hacia un discurso emancipador de los derechos de las niñas y los niños*. Lima: Ifejant
- Corporación Andina de Fomento y Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. (2004). Ética, calidad y empresa periodística en América Latina. *Colecciones periodistas Siglo XXI*, Caracas: Corporación Andina de Fomento, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano
- Corporación Andina de Fomento y Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. (2005). La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional. *Colecciones periodistas siglo XXI*. Caracas: Corporación Andina de Fomento, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano
- Cotterrell, R. (1991). *Introducción a la sociología del derecho*. Barcelona: Ariel.
- Defensoría Del Público. (2016). *Los derechos de las audiencias en América Latina: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, México, Perú y Uruguay*. Buenos Aires: Defensoría Del Público
- Delgado, J. M. y Gutiérrez, J. (1994). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis.
- Ecuador. Congreso Nacional. *Ley No. 100*. (3 de enero de 2003). Código de la Niñez y Adolescencia. *Registro Oficial 737*. Recuperado de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/Cod\\_ninez.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/Cod_ninez.pdf)
- Ferrari, V. (2000). *Acción jurídica y sistema normativo, Introducción a la sociología del derecho*. Madrid: Dykinson
- Ferrari, V. (2014). *Acto de investidura del grado de doctor Honoris Causa*. España: Universidad de Zaragoza
- Fraser, N. (1997). *Iustitia Interrupta*. Bogotá: Siglo del Hombre
- Gaitán, M. L. (2006). *La nueva sociología de la infancia. Aportaciones de una mirada distinta en Política y Sociedad*, 43 (1), 9-26
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., y Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual review of sociology*, 18(1), 373-393.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. New Jersey: Prentice Hall
- Geertz, C. (2003). *La Interpretación de las Culturas*. Barcelona: Gedisa. Recuperado desde <https://antoporecursos.files.wordpress.com/2009/03/geertz-c-1973-la-interpretacion-de-las-culturas.pdf>
- Geertz, C. (1988). *Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura*. Barcelona: Gedisa
- Greimas, A. J. (1971). *Semántica estructural*. Madrid: Gredos
- Guatemala. Congreso de la República de Guatemala. *Decreto número 27-2003*. Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia. Recuperado de [www.ilo.org/ipecc/informationresources/WCMS\\_IPEC\\_PUB\\_6696/.../index.htm](http://www.ilo.org/ipecc/informationresources/WCMS_IPEC_PUB_6696/.../index.htm)
- Hernández, A. y Santoyo E.A. (2011). *Deontología jurídica del periodismo: ética y responsabilidad Legal*. Valencia: Tirant lo Blanch
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios y estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. Recuperado desde <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y Fundación Proa
- Liebel, M. (2015). Sobre el interés superior de los niños y la evolución de las facultades. *Anales de la Cátedra Francisco Suárez*, (49), 43-61
- Lindón, A. (2007). Diálogo con Néstor García Canclini ¿Qué son los imaginarios y cómo actúan en la ciudad?. *Eure* (33)99, p.89-99 Recuperado desde <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v33n99/art08.pdf>

- Livingstone, S. (2017). *An updated UNCRC for the digital age*. Recuperado desde <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/2017/01/19/an-updated-uncrc-for-the-digital-age/>
- Martínez Albertos, J.L. (1993). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo
- McQuail, D. (1969). *Sociología de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós
- McQuail, D. (1985). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios, Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu
- Muñoz Saldaña, M., & Gómez-Iglesias Rosón, V. (2013). El protagonismo de la autorregulación y de la corrección en el nuevo mercado audiovisual digital. *Trípodos*, 1 (32), 76-112. Recuperado desde [http://www.tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/80](http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/80)
- ONU. (2016). *Declaración conjunta sobre libertad de expresión y noticias falsas ("Fake News"), desinformación y propaganda*. Recuperado desde <http://www.oas.org/es/cidh/expression/showarticle.asp?artID=1056&IID=2>
- Pardo, N. y Rodríguez, A. (2009). Discurso y Contexto. *Discurso y Sociedad*. (3)1, 202-219. Recuperado desde [http://www.redladcolombia.com/pdfs/Publicaciones/Discurso%20y%20Sociedad\\_%20discurso%20y%20contexto.pdf](http://www.redladcolombia.com/pdfs/Publicaciones/Discurso%20y%20Sociedad_%20discurso%20y%20contexto.pdf)
- Pedraza, D. (2008). *La representación mediática y la perspectiva de derechos de la niñez en Colombia*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia
- Pedraza, D. (2012). La perspectiva de derechos de la niñez, una apuesta mediática. *Diálogo de Saberes*, 36, 139-156
- Perú. Congreso de la República. (4 de diciembre de 2001). *Ley Nº 27337*. Nuevo Código de los Niños y Adolescentes. Recuperado de [www.mimp.gob.pe/yachay/files/Ley\\_27337.pdf](http://www.mimp.gob.pe/yachay/files/Ley_27337.pdf)
- Picónto, M. T. (2016). Fisuras en la protección de los derechos de la infancia. *Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho*, (33), 133-166. Recuperado desde <https://ojs.uv.es/index.php/CEFD/article/view/8258>
- Prensky, M. (2001). Nativos digitales, inmigrantes digitales. *On the horizon*, 9(5), 1-7. Recuperado desde <http://files.educunab.webnode.cl/200000062-5aba35bb22/Nativos-digitales-parte1.pdf>
- Quiñones, B. (Ed.). (2016). *Libertad de expresión, regulación de medios y pluralismo. Reflexiones sobre la comunicación como derecho desde la regulación del audiovisual en Iberoamérica*. U. Externado de Colombia.
- Rodríguez Pablo, Mannarelli Emma (2007). *Historia de la Infancia en América Latina*. Bogotá. Universidad Externado de Colombia
- Sampieri, R., Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill
- Saunders, B. y Goddard, C. (2002). The role of mass media in facilitating community education and child abuse prevention strategies. *Child Abuse Prevention Issues*, (16). Recuperado desde <http://www.aifs.gov.au/nch/issues/issues16.html>
- Schrank, J. (1993). *Comprendiendo los medios masivos de comunicación*. México: Epigraphics
- Schütz, A. (1962). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu Edición en castellano 1974
- Schütz, A. (1993). *La construcción significativa del mundo social*. Barcelona: Paidós
- Schütz, A. y Luckmann, T. (2003). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto
- Scolari, C. (2014). *Anuario AC/E de cultura digital. Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. Recuperado desde [http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario\\_ACE\\_2014/6Transmedia\\_CScolari.pdf](http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf)
- The International Clearing House. (2004). *News from ICCVOS*. The International Clearing House on Children, Youth and Media: Sweden
- Thompson, J. B. (1997). *Los media y la modernidad, una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili
- UNESCO. (2017). *Libertad de expresión*. Recuperado desde <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/libertad-de-expresion/>
- UNICEF Brasil. (1999). *Estatuto da criança e do adolescente*. Recuperado de [https://www.unicef.org/brazil/pt/resources\\_10079.htm](https://www.unicef.org/brazil/pt/resources_10079.htm)
- UNICEF Paraguay. (2005). *Ley 1680 Código de la Niñez y de la Adolescencia y leyes Complementarias*. Asunción: Grafitec S.A. Recuperado de [https://www.oas.org/dil/esp/Ley\\_de\\_Adopcion\\_Paraguay.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/Ley_de_Adopcion_Paraguay.pdf)
- UNICEF. (2006). *Convención de los Derechos del Niño*. España. Recuperado desde [www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf](http://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf)
- UNICEF. (2006). *Observaciones generales del Comité de los Derechos del Niño*. Recuperado desde <https://www.unicef.org/ecuador/UNICEF-ObservacionesGeneralesDelComiteDeLosDerechosDelNino-WEB.pdf>
- Uruguay. Senado y la Cámara de Representantes de la República Oriental del Uruguay. (14 de septiembre de 2004). *Ley Nº 17.823*. Código de la niñez y la Adolescencia. *Poder Legislativo*. Montevideo, Nº26586. Recuperado de [https://www.oas.org/dil/esp/Codigo\\_Ninez\\_Adolescencia\\_Uruguay.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/Codigo_Ninez_Adolescencia_Uruguay.pdf)
- Valtysson, B. (2008). *Access Culture: The Remixable Culture of Prosumers and the Cultural Policy of the European Union* (Tesis de Doctorado). Roskilde Universitet, Roskilde, Dinamarca
- Vásquez, F. (2000). *El oficio del maestro*. Bogotá: Universidad Javeriana

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## ***Prensa Lesbiana en Brasil: ¿dónde está esta historia?***

**Lesbian Press in Brazil: where is this story?**

**Imprensa Lésbica no Brasil: onde está esta história?**

*Paula Évelyn Silveira Barbosa<sup>103</sup>*

**RESUMEN:** Este artículo presenta una primera investigación de un proyecto más grande, a nivel de maestría, que se propone trazar un historial de la prensa lesbiana brasileña. Bajo la perspectiva de los Estudios Feministas, investigamos la frecuencia de este tema en 112 trabajos presentados en congresos nacionales de Intercom, entre 2013 y 2016. Los datos revelan indicios de negligencia de los investigadores, en el ámbito de la Historia del Periodismo.

**PALABRAS-CLAVE:** Prensa Lesbiana; Intercom; Investigación en Periodismo.

**ABSTRACT:** This article presents the first study of a larger research, at masters level, which aims to trace a history of the Brazilian Lesbian Press. Under the perspective of Feminist studies, we investigate the frequency of this theme in 112 articles presented at the National Congresses of Intercom, between 2013 and 2016. The data reveal evidence of negligence of researchers within the History of Journalism.

**KEYWORDS:** Lesbian Press; Intercom; Research in Journalism.

**RESUMO:** Este artigo apresenta o primeiro levantamento de uma pesquisa maior, em nível de mestrado, que pretende traçar um histórico da Imprensa Lésbica brasileira. Sob a perspectiva dos Estudos Feministas, investigamos a frequência desse tema em 112 trabalhos apresentados nos congressos nacionais do Intercom, entre 2013 e 2016. Os dados revelam indícios de negligência dos pesquisadores, no âmbito da História do Jornalismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Imprensa Lésbica; Intercom; Pesquisa em Jornalismo.

### **INTRODUÇÃO**

Este trabalho é resultado de uma pesquisa inicial, em nível de Mestrado, que busca resgatar a história da Imprensa Lésbica brasileira, a partir de 1980. Nesta primeira etapa, apresentamos um levantamento sobre a frequência deste tema no âmbito dos estudos acadêmicos em Jornalismo. Para isso, analisamos artigos apresentados em congressos nacionais do Intercom<sup>104</sup>, no período de 2013 a 2016.

A escolha dos congressos acadêmicos desta organização se deu pela tradição da entidade, fundada em 1977, e pelo alcance de seus eventos. Os encontros nacionais ocorrem anualmente e reúnem cerca de 3500 pessoas, constituindo-se como o maior evento de Comunicação realizado no Brasil.

Selecionamos 112 artigos para avaliação. Analisamos o material sob a perspectiva dos Estudos Feministas e de Gênero, no que se refere à chamada história do possível ou história das mulheres. Neste estudo, adotamos, como conceitos fundamentais dessa história do possível, as definições de Perrot (2007) e Navarro-Swain (2014). A partir daí levantamos a seguinte questão: a história da Imprensa Lésbica é objeto de estudo frequente na Pesquisa em Jornalismo?

<sup>103</sup> Paula Évelyn Silveira Barbosa, Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), paulaesb@yahoo.com

<sup>104</sup> Mais informações sobre a instituição disponíveis em: <<http://www.portalintercom.org.br/a-intercom>> Acesso em 12 de dezembro de 2017.

## IMPRESA LÉSBICA: UMA HISTÓRIA DO POSSÍVEL

A historiadora Michelle Perrot entende que “escrever a história das mulheres é sair do silêncio em que elas estavam confinadas” (2007: 16). Considerando que nosso estudo é focado nas mulheres lésbicas, podemos assumir que rompemos duas barreiras de silêncio. Afinal, mesmo o movimento feminista, em seus veículos de comunicação, raramente considera as mulheres homossexuais em suas pautas ou o fazem de forma tímida. É o que conclui a pesquisadora Elizabeth Cardoso (2004), que analisou a Imprensa Feminista no século XX, em sua pesquisa de mestrado.

Nesse sentido, um desdobramento inevitável desta pesquisa é uma contribuição para a escrita do que tem se chamado de “história do possível” ou “história das mulheres”. Para Navarro-Swain, este conceito refere-se àquela história que: “aconteceu, deixou vestígios materiais e simbólicos, no entanto foi ignorada, foi considerada impossível” (2014: 613). Entendemos, portanto, que inscrever a Imprensa Lésbica no conjunto da História da Imprensa é uma escrita possível, uma história possível; haja visto os intentos bem-sucedidos feitos em outras áreas do conhecimento, que não o Jornalismo, de contar a história dessas mulheres.

## HISTÓRIAS SILENCIADAS

Essa pesquisa é uma forma de dar continuidade ao projeto de conclusão de curso (BARBOSA, 2017), no qual verificou-se escassez de material a respeito da Imprensa Lésbica, durante as buscas bibliográficas. Mas qual é a relevância do estudo? Por que considerar a imprensa vinculada ao segmento lésbico como objeto de análise?

Ao procurar sobre Imprensa Lésbica no âmbito acadêmico, há estudos densos na área de Literatura, Sociologia e História. É o caso da tese de doutorado de Patrícia Lessa (2007), que analisa a representação das mulheres lésbicas em produtos de comunicação noticiosos e de entretenimento. No entanto, o Jornalismo silencia sobre o assunto. O tema é tratado superficialmente, como é o caso dos estudos de Péret (2012) e Rodrigues (2010). Embora determinada a investigar questões ligadas à imprensa homossexual no Brasil, a publicação de Péret reserva um único e pequeno capítulo aos meios de comunicação produzidos por lésbicas. Já o estudo de Rodrigues apenas cita alguns veículos deste segmento.

Fora do âmbito acadêmico, as estatísticas sobre esse grupo também são fator desfavorável. Muito se fala sobre o direito ao casamento civil igualitário ou à adoção de crianças. No entanto, a demanda fundamental das lésbicas brasileiras refere-se ao direito à vida e à inviolabilidade do corpo. Segundo o Grupo Gay da Bahia (2017)<sup>105</sup>, foram assassinadas 343 Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgêneros (LGBTs), no Brasil, em 2016. Trata-se do maior número de mortes computado pelo grupo em 37 anos de pesquisa. Lésbicas representam 3% do total de mortes. Ressalte-se que há risco de subnotificação, já que não há legislação federal que tipifique os crimes de ódio contra esse segmento social.

Além da ameaça à vida por agressões físicas, as mulheres homossexuais têm de lidar com a escassez de mecanismos de prevenção sexual, bem como com a falta de orientação médica e de políticas públicas específicas. Dados da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo ilustram como a saúde sexual das lésbicas permanece como um desafio a ser enfrentado. O levantamento<sup>106</sup>, feito em 2012, revela que apenas 2% das lésbicas entre 18 e 61 anos se previnem durante o sexo. Participantes do estudo foram submetidas a testes que revelaram doenças como Aids e Hepatite, além de contaminação pelo vírus do papiloma humano (HPV).

## METODOLOGIA

### MARCOS DECISIVOS NA HISTÓRIA RECENTE

Dado o grande volume de publicações nos anais do Intercom<sup>107</sup>, recortamos o material selecionando apenas os trabalhos apresentados no Grupo de Pesquisa (GP) de História do Jornalismo. Optamos por esse GP porque nosso objetivo fundamental de pesquisa é mensurar a frequência de estudos sobre a Imprensa Lésbica no âmbito da História do Jornalismo. Desse modo, acreditamos que os estudos apresentados nesse GP são os que melhor respondem à nossa pergunta de pesquisa, podendo mostrar se a Imprensa Lésbica é pautada nos estudos sobre História do Jornalismo, ou até mesmo revelar se esse segmento é visto como parte da das mídias jornalísticas.

Já o período de 2013 a 2016, que escolhemos para análise dos anais, guarda alguns marcos importantes para a comunidade lesbiana. 2013 é o ano em que o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) obriga os cartórios a realizarem o casamento

<sup>105</sup> A íntegra do relatório divulgado pela organização está disponível em: <<https://homofobiamata.files.wordpress.com/2017/01/relatc3b3rio-2016-ps.pdf>> Acesso em 22 de agosto de 2017.

<sup>106</sup> Reportagem sobre a publicação do estudo disponível em: <<http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2012/10/ apenas-2-das-lesbicas-se-protegem-durante-o-sexo-diz-pesquisa-em-sp.html>> Acesso em 24 de agosto de 2017.

<sup>107</sup> Íntegra dos anais disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5>> Acesso em 12 de dezembro de 2017.

de pessoas do mesmo sexo, impondo sanções às autoridades que se negarem a celebrar a união<sup>108</sup>. A partir daí, foram registrados mais de 15 mil casamentos homoafetivos<sup>109</sup>.

Em 2015, após oito anos em tramitação no Congresso Nacional, o Projeto de Lei da Câmara (PLC) n. 122/2006<sup>110</sup> é arquivado. A proposta pretendia criminalizar a homofobia, equiparando-a a outros crimes de ódio como a discriminação racial. Como o texto já estava em tramitação há três legislaturas e não houve decisão, foi arquivado definitivamente, como determina o Regimento Interno do Senado brasileiro.

Um ano depois, o tema volta à pauta do Congresso. Com um texto semelhante, a sociedade civil apresentou ao Senado a Sugestão (SUG) n. 5/2016<sup>111</sup>. O Senado dispõe de uma plataforma interativa, chamada E-Cidadania. Nela, qualquer pessoa pode sugerir uma ideia legislativa. Se a proposta obtiver o apoio de pelo menos 20 mil internautas, o texto é discutido na Comissão de Direitos Humanos (CDH). Este é o caso da SUG 5/2016, em análise na CDH. Caso os parlamentares aprovem, a matéria começa a tramitar como projeto de lei no parlamento.

Esses marcos podem ter fomentado o estudo da Imprensa Lésbica, no âmbito da Pesquisa em Jornalismo. É o que pretendemos verificar a partir da análise dos anais do Intercom.

## PARADIGMA INDICIÁRIO E ANÁLISE DE CONTEÚDO

Dado que os estudos sobre a Imprensa Lésbica, no campo do Jornalismo, são incipientes, tratamos os dados levantados com abordagens que favorecem pesquisas exploratórias. Adotamos o paradigma indiciário de Ginzburg (2007), que consiste numa observação atenta às pistas, sintomas e sinais para revelar realidades complexas e, neste caso, com escasso material de pesquisa.

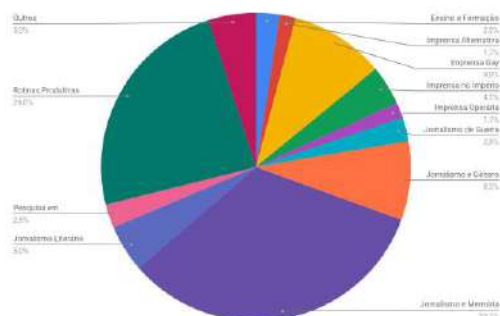
Aliamos esse paradigma à categorização temática, uma ferramenta da análise de conteúdo (Bardin, 2011). Partindo dos títulos, palavras-chave e resumos dos artigos apresentados no Intercom, obtivemos as seguintes categorias: Ensino e Formação, Imprensa Alternativa, Imprensa Gay<sup>112</sup>, Imprensa no Império, Imprensa Operária, Jornalismo de Guerra, Jornalismo e Gênero, Jornalismo e Memória, Jornalismo Literário, Pesquisa em Jornalismo, Rotinas Produtivas e Outros<sup>113</sup>.

## ANÁLISE

A frequência de cada tema está detalhada no gráfico 1. Como se pode ver, o tema da Imprensa Lésbica não aparece sequer uma vez. Relembramos, aqui, que o período analisado compreende os anos de 2013 a 2016 - quando as questões ligadas aos LGBTs ganharam relevante espaço na agenda pública nacional. Os dados indicam, portanto, que esses eventos não ensejaram a curiosidade dos pesquisadores de Jornalismo sobre a Imprensa Lésbica. O único grupo, dentre os LGBTs, que entrou em pauta nos estudos acadêmicos avaliados foi o dos homens gays.

Destaque-se, ainda, o fato de que dos 112 artigos analisados, apenas 2,5% estão na categoria de Pesquisa em Jornalismo. Essa estatística pode indicar que, mais do que negligenciar conteúdos de importância histórica em nosso campo de conhecimento, pouco refletimos sobre as pesquisas que realizamos.

**Gráfico 1. Frequência dos temas nos anais do Intercom**



Também é relevante observar o alto índice de pesquisas sobre Jornalismo e Memória. Isso pode ser indicador de uma supervalorização do papel histórico do Jornalismo, ao passo em que as potencialidades desse mesmo Jornalismo como forma de comunicação para o desenvolvimento - sobretudo para comunidades excluídas socialmente - são pouco avaliadas.

As discussões sobre Jornalismo e Gênero aparecem com grande evidência, ocupado a terceira categoria mais estudada pelos pesquisadores no período analisado. Entretanto, a abordagem de formas de sexualidade que desviam do padrão heterossexual não está

<sup>108</sup> Íntegra da Resolução n. 175/2013 disponível em: <<http://www.cnj.jus.br/busca-atos-adm?documento=2504>> Acesso em 04 de dezembro

<sup>109</sup> Fonte: Elaboração própria

[www.cnj.jus.br/noticias/cnj/84740-lei-sobre-casamento-entre-pessoas-do-mesmo-sexo-completa-4-anos](http://www.cnj.jus.br/noticias/cnj/84740-lei-sobre-casamento-entre-pessoas-do-mesmo-sexo-completa-4-anos)> Acesso em 04 de dezembro de 2017.

<sup>110</sup> Íntegra da proposta disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/79604>> Acesso em 12 de dezembro de 2017.

<sup>111</sup> Informações sobre o teor da proposta e a tramitação da matéria disponíveis em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/125495>>

<sup>112</sup> Neste estudo, a expressão "gay" corresponde apenas a homens homossexuais.

<sup>113</sup> Nesta categoria estão artigos cuja temática teve frequência inferior a dois.

presente em nenhum dos trabalhos analisados. Esse resultado corrobora, inclusive, as conclusões a que chegou Elizabeth Cardoso (2004) e que citamos no início de nosso trabalho. Em seu estudo, ela critica a timidez com que a Imprensa Feminista da primeira geração trata o tema do lesbianismo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados que obtivemos são indícios de negligência em relação à história da Imprensa Lésbica na Pesquisa em Jornalismo. Isso soma-se à realidade de escassez bibliográfica no campo do Jornalismo da qual tratamos inicialmente. Entretanto, devemos considerar que este levantamento faz parte de um estudo em fase inicial e que ainda não avaliou outros cenários possíveis. Para confirmar a hipótese de descaso dos pesquisadores em relação ao tema, devemos continuar este estudo, analisando anais de outros importantes eventos nacionais, além do congresso do Intercom, e ampliando o período de tempo de análise.

Ainda assim, podemos inferir que os dados aqui expostos servem para alertar a comunidade de pesquisadores do Jornalismo. São, afinal, um convite à reflexão a respeito do que tem sido pesquisado e mais ainda sobre aquilo que não tem sido considerado como objeto de pesquisa. Mesmo porque os silêncios também podem ser representativos de questões mais densas e graves como o estigma e a discriminação.

Nesse sentido, cabe destacar os seguintes preceitos:

*A história é o que acontece, a sequência dos fatos, das mudanças, das revoluções, das acumulações que tecem o devir das sociedades. Mas é também o relato que se faz de tudo isso (PERROT, 2007: 16) (grifo da autora).*

Ou a ausência de relato sobre determinados temas, pode-se acrescentar. Seguindo esta linha de raciocínio, conclui-se que:

*O que a história não diz... Nunca existiu! A regra geral é o silêncio: silenciar para melhor apagar, para melhor esquecer, para conjurar o perigo daquelas que escapam à norma de uma heterossexualidade tão "natural" (NAVARRO-SWAIN, 2000: 24) (grifo da autora).*

As considerações de Perrot e Navarro-Swain coincidem com as conclusões a que chegamos neste estudo. A incontestável relevância do Jornalismo como registro histórico é pilar fundamental de nossa pesquisa. E é por isso que os silêncios eloquentes sobre determinados segmentos do Jornalismo no âmbito acadêmico não podem permanecer. Sobretudo quando estes segmentos se constituem como espaço de produção de conhecimento para um grupo social marginalizado.

Não temos intenção de verificar as razões pelas quais se deu o silenciamento acadêmico em torno da Imprensa Lésbica. Esta pretensão resultaria num estudo interminável, já que há muitos aspectos imensuráveis que podem justificar esse silenciamento. Entre eles o desconhecimento por parte dos estudiosos sobre a Imprensa Lésbica.

Resta, portanto, dizer que verificamos a lacuna; apresentamos dados que a comprovam e devem ensejar a curiosidade de outros pesquisadores sobre o tema. Agora, é chegada a hora de romper o silêncio.

## BIBLIOGRAFIA

- BARDIN, Laurence (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- BARBOSA, P. É. S. (2017). Modelos de negócio na Imprensa Alternativa e Independente. (Monografia). Universidade de Brasília, Brasil.
- CARDOSO, E. (2004). *Imprensa feminista brasileira pós-1974*. (Dissertação de mestrado). Universidade de São Paulo, Brasil.
- GINZBURG, C. (2007). *Mitos, emblemas, sinais, morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras.
- LESSA, P. (2007). *Lesbianas em movimento: a criação de subjetividades (1979 - 2006)*. (Tese de doutoramento). Universidade de Brasília, Brasil.
- NAVARRO-SWAIN, T. (2000). *O que é Lesbianismo?*. São Paulo: Brasiliense.
- \_\_\_\_\_. (2014). Histórias feministas, história do possível. In Stevens, C., Rodrigues de Oliveira, S., & Zanello, V. (Orgs.) *Estudos Feministas e de Gênero: articulações e perspectivas*, 613-620. Florianópolis: Mulheres.
- PÉRET, F. (2012). *Imprensa Gay no Brasil*. São Paulo: Publifolha.
- PERROT, M. (2007). *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto.
- RODRIGUES, J. L. P. (2010). *Impressões de Identidade: um olhar sobre a imprensa gay no Brasil*. Niterói: EdUFF.

## BIOGRAFIA

Paula Évelyn é jornalista formada pela Universidade de Brasília (UnB). Atualmente, cursa Mestrado em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Áreas de pesquisa: Estudos Feministas e de Gênero, Imprensa Lésbica, Jornalismo Alternativo, Jornalismo Independente. E-mail: paullesb@yahoo.com



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Telediario y audiencia activa: reflexiones sobre el proceso de selección de las noticias<sup>114</sup>

### TV newscast and active audience: reflections on the news selection process

### Telejornal e audiência ativa: reflexões sobre o processo de seleção da notícia

*Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior*<sup>115</sup>

*Javier Díaz Noci*<sup>116</sup>

*Kellyanne Carvalho Alves*<sup>117</sup>

**RESUMO:** O artigo busca refletir a seleção noticiosa no telejornal diante da colaboração da audiência ativa a partir do estudo de caso realizado na TV3 - Televisió de Catalunya, emissora pública da Comunidade Autônoma da Catalunha, em Barcelona.

**PALAVRAS-CHAVE:** Telejornal, Seleção noticiosa, Audiência ativa.

**ABSTRACT:** The article seeks to reflect about the news selection on the TV newscast in front the collaboration of the active audience from the case study carried out on TV3 - Televisió de Catalunya, public channel of the Autonomous Community of Catalunya, in Barcelona.

**KEYWORDS:** TV newscast, News selection, Active audience.

Os estudos do jornalismo dedicados à compreensão do processo de seleção da notícia a partir da abordagem do *gatekeeper* (White, 1993; Shoemaker & Vos, 2011) e *newsmaking* (Tuchman, 1983; Wolf, 1999) por meio da delimitação e especificidade teórica de cada uma foram elencados fatores relativos ao jornalista, organização, fontes, rotina produtiva e audiência na busca de saber como os acontecimentos são considerados/tornam-se noticiáveis ou não. A preocupação da definição do que é notícia e como ela se configura como tal a partir das etapas de identificação, seleção, produção e veiculação estende-se a outras correntes teóricas dos estudos de Jornalismo.

O campo jornalístico ainda hoje trava uma luta na busca pela compreensão da complexidade deste universo de saber que é o Jornalismo. Esse percurso inevitavelmente passar-se pelo objeto de pesquisa reconhecido e materializado socialmente: a notícia. Muitos estudiosos procuram em suas pesquisas identificar, classificar e tipificar os critérios e valores empregados na eleição do que será noticiável (Gans, 1980; Tuchman, 1983; Wolf, 1999; Campbell, 2004; Lage, 2001; Silva, 2005; Shoemaker & Vos, 2011; Vizeu, 2015).

A perspectiva do Jornalismo como uma forma de conhecimento (Genro Filho, 1987; Meditsch, 1992, 1998) é aplicada nesse estudo ao reconhecer que:

*O Jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais. A hipótese de que ocorra uma reprodução do conhecimento, mais complexa*

114 Agradecemos a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento da pesquisa por meio da bolsa de estudo concedida no Processo nº 88881.135099/2016-01 do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior 2017.

<sup>115</sup> Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior, Professor da Universidade Federal de Pernambuco, Doutor em Comunicação (UFRJ), Brasil, a.vizeu@yahoo.com.br. Orientador do trabalho.

116 Javier Díaz Noci. Professor Catedrático da Universitat Pompeu Fabra, Doutor em Comunicação, Espanha, javier.diaz@upf.edu. Coorientador do trabalho.

117 Kellyanne Carvalho Alves. Doutoranda da Universidade Federal de Pernambuco, Mestre em TV Digital (Unesp), Brasil, kellyanne.alves@gmail.com. Bolsista da Capes.

*do que a sua simples transmissão, ajuda a entender melhor o papel do Jornalismo no processo de cognição social (Meditch, 1998, p.28).*

O Jornalismo por ser uma forma de conhecimento também está diretamente ligado às lógicas e influências relativas ao contexto histórico, cultural, econômico, social, profissional e organizacional em que está inserido. Ao reconhece-se como produtor e reproduzidor de conhecimento, o Jornalismo assume seu o papel na sociedade e contribui para a construção da realidade social.

No presente trabalho propõe-se uma reflexão do processo de seleção da notícia analisando-o no contexto de colaboração da audiência ativa<sup>118</sup> (Alves & Díaz Noci, 2017; Pereira Junior & Alves, 2017a, 2017b). A análise sobre a seleção dos conteúdos produzidos (*user-generated contents*) pela audiência ativa junto à redação noticiosa é aplicada a TV3 - Televisió de Catalunya, emissora pública da comunidade autônoma da Catalunha, em Barcelona.

O estudo do caso da TV3 é resultado da pesquisa desenvolvida durante o doutorado sanduíche (PDSE/CAPES)<sup>119</sup>, que teve como objetivo analisar a aplicabilidade metodológica e análise quantitativa do projeto de pesquisa de doutorado (Alves & Díaz Noci, 2017). O projeto de tese é um estudo comparativo entre as principais emissoras privadas espanholas e brasileiras com o objetivo de investigar o processo produtivo da notícia no telejornal diante da intervenção dos conteúdos produzidos e compartilhado pela audiência ativa.

Neste artigo apresentam-se os resultados obtidos após a análise das entrevistas em profundidade aplicadas a quatro perfis profissionais: chefe de jornalismo da emissora, editor-chefe de esportes dos telejornais, repórter da editoria de sociedade dos telejornais e editor do Portal de Noticias 324.cat. da CCMA (*La Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuais*), onde reúne os conteúdos jornalísticos produzidos pela TV3. Aplicou-se a análise qualitativa de conteúdo a partir do *software* Atlas.ti, onde foi possível montar redes semânticas das categorias estudadas.

Foram cinco categorias: *conteúdos compartilhados, produção noticiosa, tecnologias, audiência e profissional*. Durante a construção das perguntas desenvolveu-se uma tabela de dimensão de análise de entrevista semiestruturadas pensando as categorias quanto à viabilidade, quanto à qualidade, quanto ao tempo, quanto à verificação/gestão e quanto à rentabilidade (Alves & Díaz Noci, 2017). As redes semânticas possibilitaram mapear e analisar o processo produtivo da notícia na redação frente ao cenário de colaboração da audiência ativa. A seleção e utilização do conteúdo compartilhado para a construção da notícia é um dos aspectos pesquisados e apresentado neste artigo.

## SELEÇÃO DE NOTÍCIAS, CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E VALORES-NOTÍCIA

A seleção da notícia, critérios de noticiabilidade e valores-notícia são fatores presentes no processo produtivo noticioso, sendo muitas vezes interpretados de forma similar e confusa no momento de compreender como se reconhece, identifica, escolhe e constrói a notícia. Ao selecionar, interpretar e codificar na linguagem noticiosa um acontecimento e torná-lo público, os jornalistas agem como seletores, identificadores, construtores dos acontecimentos da realidade social cotidiana produzindo e reproduzindo conhecimento.

Por ser uma forma de conhecimento dos acontecimentos cotidianos, o Jornalismo é um campo de saber em constante estudo nas ciências sociais por sua complexidade e fundamentos éticos, discursivos, filosóficos e epistemológico. Um exemplo disso são os conceitos variados e diversos do que é notícia. Nessa busca de definir a notícia e sua produção há uma riqueza de teóricos que há muitas décadas desenvolvem pesquisas nas redações com os jornalistas, com a recepção e com a materialidade dessa produção jornalística.

Bourdieu (1997) ao pensar a seleção da notícia, durante uma análise crítica da televisão, a partir da metáfora dos óculos busca compreender a categoria de percepção dos jornalistas frente aos acontecimentos.

*Os jornalistas têm "óculos" especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado. O princípio da seleção é a busca do sensacional, do espetacular. A televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico. (Bourdieu, 1997, p.25 grifo do autor)*

Segundo Bourdieu (1997) a metáfora dos óculos aplica-se nessas "[...] estruturas invisíveis que organizam o percebido, determinando o que se vê e o que não se vê [...]" (p.25). Mesmo não se referindo diretamente aos critérios de noticiabilidade e seus valores-notícia, o autor ao falar sobre a seleção e construção dos acontecimentos em notícia por parte desses

118 "O termo audiência ativa aplicado refere-se à cidadã e cidadão que participa diretamente como colaborador de uma notícia ou quadro do telejornal enviando material de um acontecimento em forma de texto, imagem, áudio ou vídeo para a redação ou quando o jornalista busca a/o cidadã/cidadão, a partir de contato direto ou por meio de internet e aplicativos de mensagens e solicita o envio deste material" (Alves & Díaz Noci, 2017).

119 Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior 2017 da CAPES.

profissionais aponta elementos característicos considerados em alguns valores-notícia como: o sensacional, o espetacular, o dramático e o trágico.

Há uma lista de classificações de valores-notícia. Não se pretende aqui elencá-los ou tabelá-los nas diversas perspectivas, classificações e aplicações (ver G. Silva, 2005; Wolf, 1999; Seixas & Alves, 2017; Traquina, 2005; Silva, M. P. 2014; Vizeu, 2015). Interessa-se aqui refletir sobre o processo de seleção noticiosa e para isso é importante trazer a diferenciação feitas pelos autores (G. Silva, 2014; Seixas & Alves, 2017; M. P. Silva, 2014). Como o processo de seleção ocorre em todo o processo produtivo desde a triagem, produção, edição e – atualmente com a integração das redações (Díaz Noci, 2006, 2013, 2014)– até a escolha em qual canal/meio será divulgada a notícia, entende-se que os valores-notícia são movimentados e utilizados dentro da rede de critérios de noticiabilidade, conforme já apontado por G. Silva (2014, pp. 55-56):

*A seleção, certamente, começa na etapa primeira de ter-se que escolher entre alguns acontecimentos e outros para se noticiar. Nessa etapa, que poderíamos nomear como seleção primária, os valores-notícia funcionam como critérios de boa orientação, consolidados na prática histórica; uns mais persistentes e outros mais mutáveis. [...] A seleção, portanto, se estende redação adentro, quando é preciso não apenas escolher, mas hierarquizar.*

Ao tratar a seleção como um procedimento estendido e não apenas numa etapa dentro da triagem, a autora afirma que ao selecionar e hierarquizar aplicam-se os valores-notícia. Porém, ela delimita a atuação desses valores numa parte do processo noticioso. G. Silva (2014, p. 56) acredita que quem agem nas “escolhas sequenciadas” são os critérios de noticiabilidade. Esses critérios atuam de forma mais ampla e como uma rede em três instâncias distintas: “(a) *na origem do fatos* (seleção primária dos fatos/valores-notícia),[...] (b) *no tratamento dos fatos*, centrando-se na seleção hierárquica dos fatos [...] (c) *na visão dos fatos* a partir de fundamentos ético, filosóficos e epistemológicos do jornalismo. (G. Silva, 2014, p. 52-53, grifo do autor).

Compartilhando da mesma posição da autora sobre a seleção que acontece em inicialmente na etapa primária e logo se prolonga em outras partes produtivas, P. M. Silva (2014) ressalta a importância na distinção entre os valores-notícia e critérios de noticiabilidade como orientadores fundamentais para uma melhor compreensão do fazer jornalísticos. “Tal distinção, por sua vez, coloca também em evidência a especificidade da ideia de seleção – noção que, em semelhante processo de sobreposição conceitual, é muitas vezes tratada como sinônimo de valor-notícia” (M. P. Silva, 2014, p.73).

## SELEÇÃO NOTICIOSA E CONTEÚDOS COMPARTILHADOS PELA AUDIÊNCIA ATIVA

A seleção noticiosa passa pelas etapas: primária (na origem), hierárquica (classificatória), narrativa/discursiva (enquadramentos), produtiva (edição) e de publicação (canais) sob lógicas profissionais (posturas e culturas), editoriais (adequação organizacional), econômicas (viabilidade), estéticas e sociais. Durante todos os passos produtivos os jornalistas realizam escolhas frente aos acontecimentos noticiados.

Não se descarta também a relação e participação das fontes, a colaboração da audiência ativa (coprodutora) e a ideia da audiência presumida (Vizeu, 2015) em que se estabelece dentro da seleção noticiosa. Pensar que a seleção ocorrer apenas na eleição ou descarte de um dado acontecimento a ser noticiado é uma visão reducionista do fazer jornalístico. A rede de critérios de noticiabilidade, na qual pertence os valores-notícia, é articulada a todo momento pela seleção na construção noticiosa do fazer produtivo.

No cenário de colaboração do material (dados) dos acontecimentos cotidianos pela audiência ativa estudado na TV3 é possível notar a relação de alguns fatores considerados na seleção e utilização desse material pelos jornalistas na produção da notícia.

Ao analisar a rede semântica *conteúdos compartilhados* (Figura 1), nota-se que os profissionais entrevistados percebem que tanto *os critérios de noticiabilidades* como a *utilização dos conteúdos compartilhados* pela audiência ativa *são partes integrantes da produção noticiosa*. Ou seja, os conteúdos compartilhados pela audiência ativa são vistos como material (dados) possível de compor parte da notícia ou até mesmo a notícia como todo. Porém, *o uso desse material está associada à aplicação dos critérios de noticiabilidade*.

Há também dois fatores operacionais que são associados na seleção do conteúdo compartilhado para ser notícia: *a verificação dos dados e a autorização de uso do material pela audiência ativa*. “Nós utilizamos a audiência ativa se há um acidente, um atentado e temos imagens de celular da gente que está aí, pois a utilizamos pedindo permissão sempre, somos uma televisão pública e não pegamos nada sem pedir permissão” (D. Bassa, comunicação pessoal, 1 de junho, 2017, tradução nossa).

A autorização de uso a partir de um termo assinado ou permissão dada (muitas vezes informalmente) *é causa de créditos da fonte coprodutora e em alguns casos muito específicos de pagamento*. *A audiência ativa é proprietária dos conteúdos compartilhados* fruto da colaboração dela no processo noticioso dada pela facilidade no processo de envio do material por meio das redes sociais e aplicativos de mensagens.

*O que acontece é que antes te enviar um vídeo por correio eletrônico era muito mais complicado de fazer e agora por Whatsapp é automático. De fato, temos um canal de Whatsapp aberto a que se pode enviar imagens que são notícias em qualquer momento do dia e isto automaticamente chega a nosso sistema e se incorpora a imagem (P. Bosch, comunicação pessoal, 1 de junho, 2017, tradução nossa).*

Os entrevistados afirmam que os critérios de noticiabilidade aplicados continuam sendo os mesmos usados ao material produzido pelos profissionais da emissora. Na fala do editor-chefe de esportes dos telejornais, A. Castells, destaca-se essa posição: “Ao final, os mesmos critérios que aplicaria com qualquer outra imagem ou qualquer outra informação, que seja valiosa, que possivelmente não podes conseguir de outra maneira e sobretudo que se possa emitir, falo agora de esportes” (A. Castells, comunicação pessoal, 1 de Junho, 2017, tradução nossa). Pensamento compartilhado pelo repórter da editoria de sociedade dos telejornais da TV3 ao dizer:

*Geram muito material que é noticiável [...] Eu creio que os critérios, ainda que tu os graves ou ainda que o grave alguém da rua, os critérios têm que ser os mesmos de noticiabilidade, ou seja, se tem um critério, obviamente, muito televisivo de espetacularidade da imagem, algo que não seja muito usual, que seja chamativo, às vezes nos chegam imagens. [...] ou seja, o critério é o mesmo gravado com a câmera ou com um celular. Neste sentido, ampliamos nossa rede de possibilidade, porém o critério quando se dá as imagens têm que ser o mesmo (Bosch, 2017, comunicação pessoal, 1 de junho, 2017, tradução nossa).*

O fato do material compartilhado em vídeo ser exclusivo e diante da impossibilidade de ser produzido pela emissora é levado em consideração durante a seleção do acontecimento, sendo um valor-notícia, principalmente no quesito da imagem, pois as informações de voz e textos podem ser descartados e substituídos pelo texto noticioso. “[...] há que ser algo exclusivo realmente. Esse material sim que pode ter muito valor, porque al final tu não podes estar em todos os lugares, porém daremos valor a esse material, porém não daremos valor a informação, a informação de voz, por exemplo, que nos possa trazer um espectador (A. Castells, comunicação pessoal, 1 de Junho, 2017, tradução nossa).

O processo noticioso está em constante transformação, um exemplo atual é a necessidade cada vez maior de novas técnicas de apuração e verificação de dados, porém as bases que fundamentam o Jornalismo se mantém e cada vez mais são necessárias na demarcação do campo jornalístico e sua produção de conhecimento da realidade social cotidiana.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo numa possível abertura para uma colaboração da audiência ativa na sugestão de pauta e/ou construção da notícia num telejornal, os materiais enviados passam pelos critérios de noticiabilidade adotados pelo profissional na sua rotina produtiva e na política editorial do meio de comunicação. Também fatores jurídicos e econômicos como autorização do uso do conteúdo por parte da audiência ativa são decisivos durante a seleção noticiosa como mostrou os resultados obtidos neste estudo de caso.

Ressalta-se que esses são resultados preliminares, pois serão realizadas as análises das entrevistas nas emissoras privadas espanholas e brasileiras para validar ou não as hipóteses levantadas na tese de doutorado. O interessante deste estudo foi validar a aplicabilidade metodológica e de análise quantitativa do projeto de tese possibilitando ainda interessantes caminhos e reflexões frente ao objeto pesquisado.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, K. C., & DÍAZ NOCI, J. (2017, novembro). Telejornal e audiência ativa na Espanha: estudo de caso da TV3 - Televisió de Catalunya. Anais do *Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, São Paulo, SP, Brasil, 15. Recuperado em 15, novembro, 2017, de <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/642/563>.
- Pereira Junior, A. E. V. & Alves, K. C. (2017a) Telejornalismo “participativo”: pressão das audiências ou a fragilidade das instituições. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - E-compós*, v.20, n.2, pp.1-20. Recuperado em 20 setembro, 2017, de <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1326/941>.
- Pereira Junior, A. E. V. & Alves, K. C. (2017b) Os espaços de colaboração da audiência ativa no telejornalismo. *Intexto*, n. 39, pp. 42-59. Recuperado em 10 setembro, 2017, de <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/64762/40241>.
- Díaz Noci, J. (2006) La interactividad y el periodismo online: una aproximación teórica al estado de la cuestión. *Revista Diálogos possíveis*, v.5, n.2, pp. 9-28,. Recuperado em 13 maio, 2015, de <[http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb\\_dl=61](http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=61)>.
- Díaz Noci, J. (2013). Una era de transformación: convergencia periodística, nuevos soportes y participación ciudadana en internet. In G. Natansohn, G. (Org.), *Jornalismo de revista em redes digitais*. Salvador: EDUFBA, pp. 209-253, 2013b. Recuperado em 22 abril, 2015, de <[https://www.academia.edu/9824425/una\\_era\\_de\\_transformaci%C3%93n\\_convergencia\\_period%C3%8dstica\\_nuevos\\_sopores\\_y\\_participaci%C3%93n\\_ciudadana\\_en\\_interne](https://www.academia.edu/9824425/una_era_de_transformaci%C3%93n_convergencia_period%C3%8dstica_nuevos_sopores_y_participaci%C3%93n_ciudadana_en_interne)>.

- Díaz Noci, J. (2014). Newsroom Convergence: A Comparative Research. In A. Larrondo, K. Meso & A. Tous (Coord.). *Shaping the News Online. A comparative research on international quality media*. (pp.301-341) (1 ed.) Covilhã: Livros LabCom. Recuperado em 10 maio, 2015, de <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/sub/livro.php?l=119>>.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. (M. L. Machado, Trad.) Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997. (Obra original publicada em 1996)
- Campbell, V. (2004). News values and news selection. In *Information age journalism Journalism: in an International Context*. London: Arnold, 2004.
- Gans, H. J. (1980) *Deciding what's new: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage Books,.
- Genro Filho, A. (1987). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Editora Tchê.
- LAGE, N. (2001). *Ideologia e técnica da notícia*. Florianópolis: Insular.
- MEDITSCH, E. (1992). *O Conhecimento do Jornalismo*. Florianópolis: Editora da UFSC.
- MEDITSCH, E. (1998). Jornalismo como forma de conhecimento. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, Vol. 21, nº 1, pp.25-38. Recuperado em dia abril, 2017, de <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/956/859>.
- Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. II, nº 1, pp. 95-101. Recuperado em 20 jan, 2010, de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830>.
- Silva, G. (2014). Para pensar critérios de noticiabilidade. In: G. Silva, M. P. Silva & M. L. Fernandes. (Org.) *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações* (pp.51-69). Florianópolis: Insular, cap. 3.
- Silva, M. P. (2014). Seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia. In G. S., M. P. S & M. L. F. (Org.). *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações* (pp. 71-83). Florianópolis: Insular, 2014. cap.4.
- Seixas, F. L. & Alves, J. B. (2017). Do que se trata noticiabilidade. *Intexto*, nº 38, p. 157-172. Recuperado em 10, outubro, 2017, de <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201738.157-172>.
- Shoemaker, P. J. & Vos, T. P. (2011). *Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia*. Tradução Vivian Nickel. Porto Alegre: Penso, 2011.
- Traquina, N. (2005) *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, pp. 61-101.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S. A.
- Vizeu, A. (2015). *A audiência presumida no jornalismo: o lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Insular/Telejor, 2015.
- White, D. M. (2016). O gatekeeper: uma análise de caso na seleção da notícia. In N. T. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias* (pp 201-212). Lisboa: Vega.
- Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação. Mass media: contextos e paradigmas, Novas tendências, Efeitos a longo prazo, O newsmaking*. (5a ed.). Lisboa: Presença.
-

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

---

# Jornalismo e inteligibilidades precárias em coberturas de violências contra mulheres

## Journalism and precarious intelligibilities in coverage of violence against women

Carlos Alberto de Carvalho<sup>120</sup>

**RESUMO:** Neste artigo propomos pensar sobre os limites da perspectiva do jornalismo como forma de conhecimento, tomando como *corpus* de análise um conjunto de notícias que têm como foco crimes de gênero contra mulheres em relações de proximidade e confiança social. As notícias foram coletadas em um *site* brasileiro ([www.uol.com.br](http://www.uol.com.br)) e um português ([www.publico.pt](http://www.publico.pt)) pelo período de dois meses. As lacunas informativas, os silenciamentos e invisibilidades percebidos nas notícias nos permitem pensar o jornalismo não como forma de conhecimento, mas como promotor de visibilidades precárias relativamente aos acontecimentos que noticia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo, Conhecimento, Crimes Contra Mulheres

**ABSTRACT:** In this article, we propose to think about the limits of the perspective of journalism as a form of knowledge, taking as corpus of analysis a set of news that focus on gender crimes against women in relations of proximity and social trust. The news were collected on a Brazilian website ([www.uol.com.br](http://www.uol.com.br)) and a Portuguese ([www.publico.pt](http://www.publico.pt)) for a period of two months. The informational gaps, the silencing and invisibilities perceived in the news allow us to think of journalism not as a form of knowledge, but as a promoter of precarious visibilities relatively to the news events.

**KEY WORDS:** Journalism, knowledge, Crimes Against Women

---

### INTRODUÇÃO

A partir de referências do sociólogo Robert E. Park, orientado pelas perspectivas da sociologia do conhecimento, diversos estudos têm proposto compreender o jornalismo como uma das formas possíveis de conhecimento, que sem rivalizar com os aportes do senso comum, da ciência e da filosofia, permite formas específicas de contato cotidiano com os mais variados temas. No Brasil, Adelmo Genro Filho (1987) foi precursor de estudos nessa direção. O autor parte de críticas aos limites da teoria de Robert Park, reconhecendo nela aspectos positivos, aos quais ele soma as categorias estéticas de Georg Lukács do singular, particular e universal, reivindicando-as como potentes para a compreensão do jornalismo como modalidade de conhecimento a partir da singularidade dos fatos noticiados. Como forma possível de conhecimento, o jornalismo, na tradição inaugurada por Genro Filho, nos permitiria, *grosso modo*, perceber as fissuras e contradições do social, abrindo potencialidades para revolucionar socialmente a ordem vigente. Ancorado em princípios marxistas, Genro Filho vislumbra a possibilidade de o jornalismo, a partir do singular que dá pistas do particular e do universal, contribuir para a consecução do objetivo de superar a sociedade fundamentada no capitalismo e suas desigualdades derivadas da divisão de classes. Segundo essa lógica, a leitura cotidiana das notícias possibilitaria a tomada de consciência acerca das contradições sociais, em função do despertar para a realidade que essa dinâmica de contato com as ocorrências do mundo dadas a conhecer pelo jornalismo potencializaria.

Neste artigo, tomando como referência notícias sobre violências de gênero contra mulheres em relações de proximidade e confiança, coletadas em um *site* brasileiro ([www.uol.com.br](http://www.uol.com.br)) e um português ([www.publico.pt](http://www.publico.pt)), questionamos a possibilidade de considerar o jornalismo como forma de conhecimento. As notícias que analisamos nos indicaram, antes, o que propomos como inteligibilidades precárias promovidas pelo jornalismo, à medida que, no *corpus* de que nos ocupamos, sequer teríamos, nos termos de Genro Filho, a singularidade dos fatores que motivam violências contra mulheres, a saber, as relações de gênero que implicam machismo, misoginia, hierarquizações e outras formas de depreciação das mulheres, tornando-as socialmente vulneráveis a uma série de ataques físicos e simbólicos. Os crimes, em tais circunstâncias da cobertura noticiosa, raramente são percebidos pela lógica do feminicídio, das relações de gênero ou outras categorias que pudessem singularizar um tipo de conhecimento, ainda que parcial, sobre tais dinâmicas. Por outro lado, a cobertura é farta em abordar crimes de gênero contra mulheres em relações de proximidade e confiança social como mais do mesmo tipo de

---

<sup>120</sup> Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, doutor em Comunicação Social. Brasil. E-mail: [carloscarvalho0209@gmail.com](mailto:carloscarvalho0209@gmail.com).

acontecimento que envolve violências e assassinatos que se somam estatisticamente a uma série de outros verificados cotidianamente.

Os dados foram retirados de pesquisa realizada entre os meses de fevereiro e abril de 2016, nos *sites* brasileiro *UOL* ([www.uol.com.br](http://www.uol.com.br)) e português *Público* ([www.publico.pt](http://www.publico.pt)), armazenados em banco de dados eletrônico a partir de planilhas. Adotamos categorias como modalidades noticiosas (notícia, nota, reportagem etc.), tipos de violência (física e simbólica) agentes ouvidos (policiais, vítimas, agressores, parentes etc.) e outras variáveis que nos permitissem observar as textualidades construídas e como elas operam a lógica das inteligibilidades precárias.

Relativamente ao critério temático, lemos os textos sujeitos à coleta tendo como referência que, ainda quando não explicitadas assim, as notícias sobre acontecimentos envolvendo violências contra mulheres implicavam relações de gênero, relações de proximidade e de confiança social. A noção de crimes de proximidade, físicos e simbólicos, aponta para aqueles cometidos por companheiros ou ex-companheiros (maridos, namorados) parentes (pais, filhos, tios etc.) ou vizinhos que têm por motivação as relações de gênero, afastando, assim, a qualificação de crimes passionais, que historicamente, inclusive, foram a base para absolvição de homens que cometeram crimes contra mulheres. Por sua vez, as relações de confiança são tomadas como indispensáveis para a vida social, a partir de estudos sociológicos como de Nicklas Luhmann (1996), que apontam para a inevitabilidade de que confiemos como possibilidade de existência social coletiva, ainda que mantendo a desconfiança como permanente pano de fundo. Nesse cenário, a confiança social faz com que mulheres sejam vítimas, em função das relações de gênero, de prestadores de serviços diversos, como motoristas de transporte coletivo, entregadores de comida em casa e de outros serviços, de colegas de trabalho, escola ou religião, dentre outras formas de contato que geram e pressupõem confiança social.

## FORMAS DE INTELIGIBILIDADE DE VIOLÊNCIAS CONTRA MULHERES EM RELAÇÕES DE GÊNERO

Uma das críticas possíveis à proposição do jornalismo como forma de conhecimento segundo os pressupostos de Adelmo Genro Filho está na hipótese, talvez otimista, de que a singularidade dos fatos narrados pudesse vir a constituir modalidades de compreensão, em quem tem contato com a notícia, das dimensões particulares e universais implicadas, por exemplo, nos dados sobre economia ou política. Segundo a premissa do singular como forma específica de conhecimento, as notícias sempre reportariam a um mínimo de elementos que pudessem fazê-las ultrapassar a imediatividade do narrado, projetando as condições sociais mais amplas dos acontecimentos.

Assim, um conjunto de notícias sobre greve, inflação e políticas governamentais de pagamento de juros de dívidas estatais poderia esclarecer, na singularidade “somada” de cada tema, as condições de exploração própria do capitalismo, habilitando as pessoas a lutarem contra as injustiças daí decorrentes. A pressuposição de pessoas atentas às contradições do capitalismo e dispostas a trabalhar pela sua superação está associada à noção de leitura direcionada das notícias que, se no plano teórico é plausível, encontra dificuldades de confirmação empírica. Dito de outra maneira, a pessoa idealizada por Genro Filho teria que reunir uma série de predisposições para que o jornalismo se efetivasse como forma de conhecimento que a partir do singular conduzisse ao particular e ao universal. Deveria ter conhecimentos prévios sobre economia e política, além de posicionamentos culturais e ideológicos mobilizadores.

Ademais, como indicam autores como Maurice Moulliaud (1997), o jornalismo, na mesma operação em que revela facetas de determinado acontecimento, dialeticamente também oculta, num jogo de luz e sombras que é típico e inevitável em toda atividade textual. Nenhum texto é portador das potencialidades de revelação do mundo, ainda que possa nos dar um complexo conjunto de variáveis que permitam minimamente compreendê-lo. Inevitavelmente produzidas sob as mais variadas formas de pressões e constrangimentos, como indicam diversos aportes teóricos, por exemplo, aqueles que resultaram de extensa pesquisa de inspiração etnometodológica realizada por Gaye Tuchman (1978) em redações dos Estados Unidos, as narrativas jornalísticas se distanciam, mais do que as textualidades historiográficas e ficcionais, para ficarmos em apenas duas modalidades, das possibilidades de ofertar mapas de sentido complexos do mundo. A partir dessas duas considerações é que lidamos com a noção de inteligibilidades precárias como aquilo que o jornalismo pode produzir. Elas resultam das particularidades operacionais, ideológicas e culturais que envolvem o conjunto de pessoas necessárias para que uma notícia, da possibilidade da pauta à narrativa ofertada, venha à luz. Esse percurso é marcado por seleções, portanto exclusões, visões de mundo estereotipadas, escolha de agentes considerados aptos a opinarem sobre determinado tema, opção de abordagem, ou enquadramento, ainda segundo a perspectiva de Tuchman, e uma série de outras estratégias, sempre envolvendo disputas de sentido e jogos de poder entre atores sociais variados. Colocadas em circulação, as narrativas jornalísticas passarão por processos de leitura que potencialmente atribuirão novos sentidos ao narrado (CARVALHO, 2012), processo que também aponta para a lógica das inteligibilidades precárias, posto que não acreditamos na hipótese de “leitura ideal por pessoas idealizadas”, tal como sugerido nas proposições de Adelmo Genro Filho.

Na sequência apresentamos alguns exemplos de como as formas de inteligibilidade do jornalismo se dão a ver em um conjunto de textualidades sobre crimes de proximidade contra mulheres em relações de gênero. A partir da comparação entre os dois *sites* indicaremos como temas centrais para a compreensão dos crimes de gênero contra mulheres em condições de proximidade invisibilizam dados indispensáveis à inteligibilidade deles como frutos de dinâmicas como feminicídio, relações de gênero e outras componentes das hierarquizações que marcam crimes e violências físicas e simbólicas contra mulheres. Não faremos análises das textualidades em suas tramas verboaudiovisuais, considerando que o

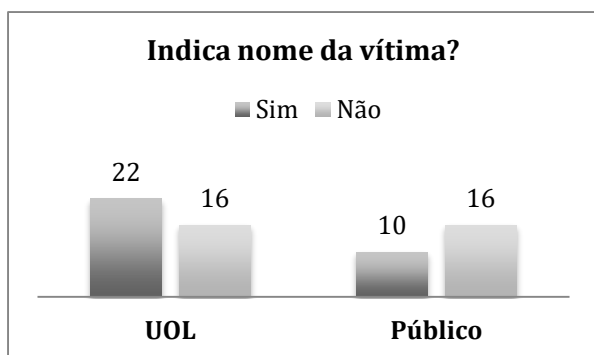
objetivo central do artigo é indicar modos de inteligibilidades precárias do jornalismo, motivo pelo qual lidaremos com dados quantitativos encontrados na pesquisa, que serão objeto de avaliações sobre como impactam as abordagens dos crimes de proximidade contra mulheres em relações de gênero.

### INVISIBILIZAÇÃO DAS VÍTIMAS

Uma estratégia clássica de invisibilização pelo jornalismo está no ocultamento da identidade de personagens centrais de um determinado acontecimento narrado. Embora o ocultamento, no caso de crimes de proximidade contra mulheres motivadas por relações de gênero possa ter fundamentações éticas, legais e/ou de proteção da identidade com vistas à preservação da vítima e/ou de familiares, nem sempre foram essas as razões para que não tivessem sido citados os nomes das mulheres vitimadas. Os dados abaixo indicam que o *UOL* citou o nome da vítima em 22 de 16 narrativas, enquanto o *Público* citou em 10 de 26. Nos marcos dos processos de inteligibilidade acionados pelo jornalismo, é importante frisar que as produções de sentido nem sempre são definidas somente a partir das estratégias internas aos operadores jornalísticos, pois há marcos legais, éticos e morais, com distinções no Brasil e em Portugal, que atuam sobre as razões para que em alguns textos o ocultamento do nome da vítima não se explique exclusivamente pelas lógicas de inteligibilidade jornalísticas.

No entanto, independente das razões para o ocultamento, e considerando que as textualidades jornalísticas não se encontram fora das dinâmicas que informam outros textos acerca das violências contra mulheres e das relações de gênero que circulam socialmente, é preciso ressaltar que a própria necessidade de proteção das vítimas pelo ocultamento dos modos de sua identificação fornece importantes pistas sobre as dinâmicas do machismo, da misoginia, dos feminicídios e demais formas de manifestação das hierarquizações que inferiorizam as mulheres. No que diz respeito às inteligibilidades jornalísticas, acrescentam-se a tais variáveis modos de cobertura noticiosa que privilegiam visões sociais de mundo em que acontecimentos sobre mortes e outras formas de violência devem sempre ser orientadas para as páginas policiais – o que privilegia a polícia e seus agentes como informantes privilegiados em parte significativa das notícias – em detrimento, por exemplo, de abordagens centradas em lógicas de problemas socioculturais.

**Figura 1:** Identificação da vítima. Fonte: Pesquisa crimes de proximidade contra mulheres em relações de gênero Brasil-Portugal

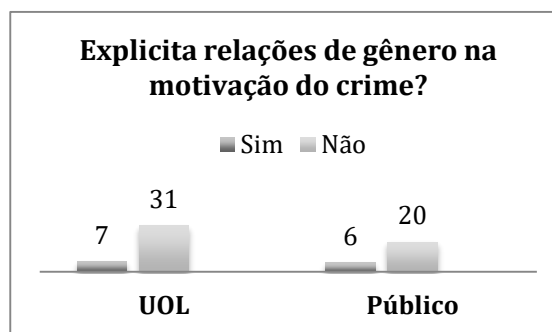


Não raro, uma das consequências do apagamento das vítimas que se inicia com a não citação de seus nomes se agrava com sugestões ou mesmo afirmações de que elas foram as responsáveis pelos crimes de que foram vítimas. As estratégias por trás desse processo de culpabilização da vítima são marcadas por posturas morais típicas de sociedades machistas e misóginas, em que entram em cena modos de vestir (usar roupas “provocantes”, quaisquer que sejam os conceitos de tal modo de vestir, é argumento comum para insinuar que a mulher provocou o agressor), atribuir à mulher desvios de conduta, no sentido de não cumprimento do seu papel social, ou afirmar que a mulher não cumpria suas obrigações maritais são apenas alguns dos argumentos acionados. Em sentido oposto, narrativas jornalísticas costumam evocar comportamentos desejáveis da mulher – trabalhadora, dedicada ao lar, boa mãe e esposa honesta – para afirmar que “ela não merecia morrer”.

### RELAÇÕES DE GÊNERO COMO MOTIVO

Mais complexas são as formas de inteligibilidade jornalística no que se refere à explicitação da noção de relações de gênero em crimes de proximidade contra mulheres, pois se tomamos como base as proposições das textualidades como tramas que circulam em redes socialmente demarcadas, devemos considerar que o jornalismo se encontra em situação de negociações de sentido, e não somente como espelho que refletiria a realidade social no que diz respeito aos modos de compreensão sociocultural e histórica e consequente modos de vivenciar as relações de gênero. Para melhor compreender os dados encontrados, em que no *UOL* somente 7 de 38 narrativas explicitam relações de gênero nas motivações de crimes contra mulheres em situação de proximidade, o que em termos percentuais não difere muito do *Público*, onde há 6 textos em um universo de 26, é necessário recorrer ao conceito de gênero e suas implicações. Estudos como os de Judith Butler (2008) e Guacira Lopes Louro (2004) esclarecem que as noções de gênero surgem como heurísticamente mais potentes do que os conceitos de sexo, pois

**Figura 2:** Relações de gênero como motivação do crime. Fonte: Pesquisa crimes de proximidade contra mulheres em relações de gênero Brasil-Portugal





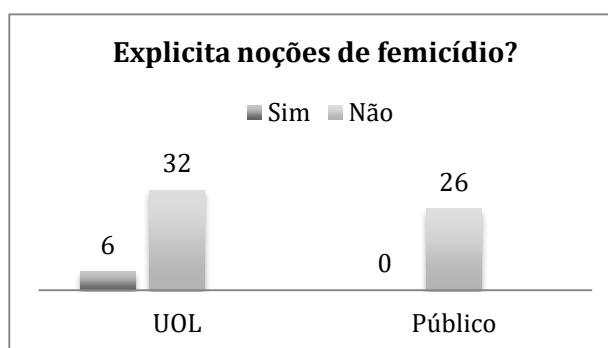
estes trazem em sua tradição as marcas dos limites biologizantes e dos binarismos, em que ser homem e ser mulher é algo não somente determinado pelas configurações genéticas, como culturalmente cristalizados segundo comportamentos desejáveis e cultivados.

Judith Butler propõe que gênero é uma espécie de ficção socialmente produtiva no estabelecimento de hierarquias, não somente entre homens e mulheres, como relativamente a qualquer performatividade que não se enquadre na lógica da heteronormatividade, essa suposta como compulsória. Como consequência, as relações de gênero pesam sobre as mulheres, a partir da pressuposição da superioridade masculina, sob a forma de desqualificações e hierarquizações que as tomam como física, moral e intelectualmente inferiores, como sendo obrigadas ao cumprimento de papéis de esposas e mães segundo determinações não negociáveis, dentre uma série de outros processos de dominação masculina. Outra consequência está na desvalorização do trabalho das mulheres, não somente com menores salários para as mesmas funções exercidas pelos homens, como ainda pelo acúmulo de atividades domésticas e cuidados com filhos, simultaneamente às atividades profissionais.

Nas narrativas jornalísticas, mesmo quando as relações de gênero não são conceitualmente explicitadas, é possível notar que as violências físicas e simbólicas contra mulheres estão centradas em sentimentos de posse dos homens sobre esposas, filhas, namoradas, e mesmo em relações de trabalho, com casos de assédios morais e sexuais exercidos por patrões e chefes. A notar, sobretudo, que os modos de inteligibilidade jornalística no que diz respeito à explicitação das relações de gênero como motivadoras das violências são lacunares, atuam segundo a lógica das visibilidades/invisibilidades, com diferenças pouco significativas entre coberturas jornalísticas brasileiras e portuguesas.

### FEMINICÍDIOS

Embora feminicídio não seja um conceito recente, seu desenvolvimento se deu sobretudo a partir dos finais do século XX, particularmente no contexto de uma série de assassinatos de mulheres ocorridos na América Central e do Sul, em que as motivações eram explicitamente de gênero: matava-se por ser mulher, conforme encontramos em estudos de Wânia Pasinato (2011). Além de todas as motivações para violências contra mulheres em situação de proximidade e motivadas por relações de gênero já discutidas, alguns assassinatos investigados segundo as perspectivas dos feminicídios tiveram como motivação impedir que as mulheres ocupassem postos de trabalho considerados essencialmente masculinos. Em alguns países das Américas a situação dos feminicídios atinge tal grau de recorrência que foram aprovadas leis específicas que os tipificam, com agravantes penais que os particularizam frente a outras modalidades de crimes.



Fonte: Pesquisa crimes de proximidade contra mulheres em relações de gênero Brasil-Portugal

Foi justamente a aprovação, no Brasil, da Lei do Feminicídio (Lei 13.104, de 09 de março de 2015, sancionada pela presidenta Dilma Rousseff), que motivou as únicas referências ao feminicídio em nossa coleta, num total de 6, no UOL, num universo de 38 notícias. A ausência do conceito em notícias do Público é explicada pelo fato de feminicídio ser um conceito que prevalece sobretudo nas Américas. Na Europa o conceito circula quase estritamente em ambientes acadêmicos, não constituindo objeto de legislação específica, o que inclui Portugal, país que adota outras formas de punição dos crimes contra mulheres. A notar que as notícias brasileiras que referem o feminicídio são quase exclusivamente pautadas pela aprovação da legislação, não o refletindo mais amplamente como problema sociocultural.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

O centralismo das lutas de classes, como se propõe na teorização de Adélmo Genro Filho na defesa do jornalismo como uma das formas de conhecimento que levaria à superação de desafios sociais como aqueles típicos do capitalismo, apresenta-se, a partir da nossa análise das narrativas sobre violências de gênero contra mulheres, como um problema adicional. Como indicam teorias de diversos matizes, as relações de gênero são melhor compreendidas quando vistas sob a perspectiva da interseccionalidade e da transversalidade, o que indica sua porosidade relativamente a todas as classes sociais e modelos econômicos e políticos vigentes em países de regimes democráticos ou não, capitalistas ou com outras estratégias de condução da economia. O agravamento das hierarquias nas relações de gênero, diante de variáveis como racismo, sexismo, vulnerabilidade econômica, componentes culturais e outras dimensões tornarão, por exemplo, uma mulher negra, pobre, moradora da periferia e lésbica, potencialmente mais exposta a violências físicas e simbólicas do que uma mulher também negra, mas com posse econômica, heterossexual e moradora de região abastada. Se a comparação entre as duas se somar à de uma mulher branca, heterossexual, rica e habitante de região nobre, as vulnerabilidades atingem matizes de outra natureza.

Perscrutar as violências de gênero contra mulheres em relações de proximidade e confiança social a partir das coberturas noticiosas e dos regimes de inteligibilidade jornalísticos, parece-nos possibilitar ressituar um conjunto de questões que estudos clássicos têm promovido. Desse modo, ao menos no *corpus* de que nos ocupamos, parece frágil sustentar a hipótese do jornalismo como forma de conhecimento, ainda que a partir da perspectiva de Robert Park de que este seria o “conhecimento de trato”, de natureza superficial e que nos orienta de forma pragmática no dia a dia, tal como resume Adelmo Genro Filho. Mais prudente, nos parece, é lidar com a perspectiva das inteligibilidades precárias, ou seja, com a dificuldade de, a partir de temas como as violências de gênero contra mulheres em relações de proximidade e confiança social, o jornalismo nos fornecer elementos mínimos que permitissem algum tipo de conhecimento sobre a complexidade de tal fenômeno. Como buscamos evidenciar a partir de dados estatísticos encontrados na pesquisa, as narrativas jornalísticas raramente tangenciam o cerne das múltiplas dimensões implicadas nos crimes e violências de gênero contra mulheres em relações de proximidade e confiança social, reportando-os muito frequentemente como mais do mesmo tipo que alcança qualquer pessoa, silenciando vítimas e privilegiando fontes policiais e “esquecendo” as razões motivadoras. Isso, quando não os sugere como passionais.

## AGRADECIMENTOS

A pesquisa que origina artigo foi viabilizada por financiamentos da Capes, do CNPq e da Fapemig.

## BIBLIOGRAFIA

- BUTLER, J. (2008). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- CARVALHO, C. A. (2012). *Jornalismo, homofobia e relações de gênero*. Curitiba: Editora Appris.
- GENRO FILHO, A. (1987). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê!
- LOURO, G. L. (2004). *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte: Autêntica.
- LUHMANN, N. (1996). *Confiança*. Barcelona, Anthropos.
- MOUILLAUD, M. & PORTO, S. D. (org.). (1997). *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15.
- PASINATO, W. (2011) "Femicídios" e as mortes de mulheres no Brasil. Cad. Pagu, Campinas, n. 37, dez. 2011. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-83332011000200008&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332011000200008&lng=pt&nrm=iso), consultado em 19/10/2012.
- PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (2015). *Lei 13.104, de 09 de março de 2015*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2015/Lei/L13104.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13104.htm).
- TUCHMAN, G. (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. New York: Free Press.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## Colectivos independientes de periodismo en América Latina: el “quinto poder” popular

Independent collectives in journalism from Latin America: the popular “5th power”

Coletivos independentes de jornalismo na América Latina: o “quinto poder” popular

Edson Capoano <sup>121</sup>  
Renato Essenfelder<sup>122</sup>

**RESUMEN:** El estudio propone que colectivos de periodismo digital, fenómeno que surgió en Brasil en la última década, son el embrión de un "quinto poder" emergente en la región. A partir de autores como Ramonet, entendemos el "quinto poder" como una instancia de supervisión social de los medios de comunicación - el "cuarto poder" - y el interés público. Para apoyar nuestra propuesta se analizaron 73 colectivos periodísticos brasileños, con cuyos temas y enfoques se concluye que se encontraron los subsidios suficientes para clasificarlos como una nueva fuerza democrática en la región.

**PALABRAS CLAVE:** cuarto poder, quinto poder, democracia, periodismo, colectivos periodísticos.

### 1. INTRODUCCIÓN

La vida postmoderna, cuya práctica y vivencia cultural se mezcla con la ideología capitalista de consumo, hace del ciudadano un cliente apurado por soluciones políticas y por justicieros mediáticos, así como un cliente ávido por suplir sus carencias. El poder político se ve todavía menos eficiente cuando los medios de comunicación no presentan los desafíos democráticos correctamente a los ciudadanos.

Dicho monopolio de la opinión pública se nota cuando hay interés de políticos en medios de comunicación. En ámbito nacional, los partidos que apoyaron el *impeachment* de la presidenta elegida Dilma Rousseff, en 2016, albergan gran parte de los políticos propietarios o socios de medios de comunicación en Brasil. DEM (derecha) tiene 58 parlamentarios (21,4%, entre diputados y senadores); PMDB (centro), del presidente Michel Temer, que sustituyó Dilma Rousseff, 48 políticos (17,71%); y PSDB (centro izquierda), del ex presidente Fernando Henrique Cardoso, 43 políticos (15,87%).

En 2016, se contabilizaron 40 parlamentarios brasileños dueños de radios o TVs<sup>123</sup>, pese que de acuerdo con la Constitución Federal (art.54), esto sea prohibido. Además de esos diputados federales y senadores, un sinfín de alcaldes, gobernadores y concejales son propietarios de diarios o retransmisoras de TVs locales por el país, fenómeno nombrado “coronelismo electrónico”, herencia de la concentración de poder de los “coronéis”, liderazgos políticos históricos del campo brasileño<sup>124</sup>.

El escenario de colonización de la esfera pública se vuelve más agudo cuando se considera la concentración de medios de comunicación en Brasil. Es de conocimiento público que ocho familias detienen los conglomerados de comunicación que lideran el mercado brasileño, siendo más conocidos internacionalmente los Marinho, de Grupo Globo, y los Civita, del Grupo

<sup>121</sup> Edson Capoano, profesor investigador de la Maestría Profesional en Prácticas de Periodismo y Mercado (MPPJM/ESPM-SP), doctor, Brasil, edson.capoano@gmail.com; edson.capoano@espm.br.

<sup>122</sup> Renato Essenfelder, profesor investigador de la Maestría Profesional en Prácticas de Periodismo y Mercado (MPPJM/ESPM-SP), doctor, Brasil, renato.essenfelder@espm.br.

<sup>123</sup> Segundo levantamento da Empresa Brasil de Comunicação, “de 15 de março de 1985 até a promulgação da Constituição em 5 de outubro de 1988, o presidente José Sarney autorizou 1.028 concessões de rádios e TVs. Em fevereiro de 1988 restavam menos de 30% das frequências e canais tecnicamente viáveis para novas concessões.” (Empresa Brasil de Comunicação, online, disponível em <http://www.ebc.com.br/regulacaodamidia>, acesso em 10/7/2016).

<sup>124</sup> O projeto “Donos da Mídia”, que cruzou informações da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), entre os anos 1987 e 2008, levantou que, até 2008, 271 políticos estavam ligados, direta ou indiretamente, em negócios com 324 empresas de comunicação. A pesquisa também atenta para o fato de que o governo José Sarney (1985-1990) foi o campeão de outorgas de rádio e TV, com 527 concessões. A maior parte das concessões foram para parlamentares que, de acordo com a pesquisa, “posteriormente votaram pela aprovação do quinto ano de seu mandato. (2016, online)

Abril<sup>125</sup>. Juntos, dichos grupos dominaban hasta el fin del siglo XX un más de 2/3% de los vehículos de comunicación brasileños, entre TVs abiertas y por cable, radio y publicaciones. De acuerdo con el proyecto “Los Dueños de los Media” (2008), los diez grupos que detienen mayor control de medios en Brasil son:

**Cuadro 1:** Concentración de vehículos periodísticos en Brasil

Grupo	Sede	Nº vehículos
Grupo Abril	São Paulo, SP	74
Grupo Globo	Rio de Janeiro, RJ	69
Grupo RBS	Porto Alegre, RS	57
Grupo Bandeirantes de Comunicação	São Paulo, SP	47
Governo federal brasileiro (EBC)	Brasília, DF	46
Grupo Record	São Paulo, SP	27
Grupo Silvio Santos	São Paulo, SP	26
Grupo Jaime Câmara	Goiânia, GO	24
Sistema Mirante de Comunicação	São Luís, MA	22
Diários Associados	Brasília, DF	19
Organizações Rômulo Maiorana	Belém, PA	15

Fuente: Proyecto “Duenos de los Media”, [https://pt.wikipedia.org/wiki/Donos\\_da\\_M%C3%ADdia](https://pt.wikipedia.org/wiki/Donos_da_M%C3%ADdia), acceso en 13/6/2016.

La explosión del periodismo que propició la internet oxigenó un poco estos números en el siglo XXI en Brasil y en América Latina. Pese que dichos grupos se trasladaron a los medios digitales<sup>126</sup>, medios independientes se expandieron en cantidad y en variedad de temáticas en la web brasileña. En ellos, colectivos sociales, periodistas autónomos o comunidades organizadas presentan sus temas de interés, muchas veces bien distintos del discurso político o de las temáticas de la gran prensa. Por ello, el corpus de esta investigación es “La Lista de Pública del Periodismo Independiente”, producida por la Agencia Pública, referencia de periodismo alternativo brasileño<sup>127</sup>; y el Primer “Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina: Iniciativas, modelos de negocio y buenas prácticas”, realizada por Factual A.C. con el apoyo financiero del Fondo Regional para la Innovación Digital en América Latina y el Caribe (Frida).

Este estudio se enmarca dentro del ámbito de la investigación descriptiva, es decir, que tienen como objetivo “describir una situación, observar, registrar, clasificar, analizar, interpretar y relacionar los fenómenos sin ningún tipo de manipulación experimental”; (Pedro Souza, 2006, p. 616). Después de una breve revisión de la literatura sobre los conceptos de cuarto y quinto poderes, aplicado principalmente a la realidad de América Latina, se procedió a un análisis documental de la mencionada “Mapa del Periodismo Independiente de Agencia Pública”, cuya búsqueda de elementos en unas de las iniciativas enumeradas nos permitiría clasificar el trabajo de periodismo de acuerdo con las categorías temáticas colectivas.

A continuación, se hará una síntesis del informe de Pública, que agrupa a los colectivos de comunicación de acuerdo con el tema “comunicación y periodismo”, tratando de identificar cómo el trabajo de estas iniciativas ayudan a llenar los vacíos en la cobertura de medios de comunicación y que sea posible reconocerlos como parte de un “quinto poder”; emergente en América Latina.

## 2. LA DISMINUCIÓN DEL "CUARTO PODER" Y EL AUMENTO DE LA "QUINTO PODER"

La noción de la prensa como un bloque homogéneo que constituye un "cuarto poder" en las sociedades democráticas tiene su embrión en las revoluciones liberales de finales del siglo XVIII, en el que forja el ideal ilustrado de los ciudadanos clarificados. Pero es sólo en el siglo XIX, impulsado por otras ideas seminales de su época, como la defensa del interés público (Rousseau) y la libertad de opinión (Voltaire), la prensa comienza a conquistar un papel de importancia sin precedentes en las sociedades occidentales. Hasta entonces, generalmente visto como una fortaleza oscura de los escritores de segunda fila, comienza a establecerse como una "caja de resonancia de la sociedad."

<sup>125</sup> “No cenário brasileiro aparece a família Marinho (Globo) em primeiro lugar, com 32 TVs e 20 rádios; seguida pela família Saad (Bandeirantes) com 12 TVs e 21 rádios; e Abravanel (SBT) com 10 TVs. Nos mercados regionais a liderança é dos Sirotsky (RBS-Sul) com 20 TVs e 20 rádios; seguido pela família Câmara (Centro-Oeste) com 8 TVs e 13 rádios; Daou (Norte) com 5 TVs e 4 rádios; Zahran (Mato Grosso) com 4 TVs e 2 rádios; finalizado com o grupo Jereissati (Nordeste) com 1 TV e 5 rádios. Da lista apresentada, somente dois grupos não são afiliados da Rede Globo (Band e SBT). Na lista o autor acrescenta as famílias que dominam a mídia impressa: Civita (grupo Abril); Mesquita (O Estado de São Paulo); Frias (Grupo Folha de S.Paulo); Martinez (rede CNT) e Levy (Gazeta Mercantil)”. (2007: 444)

<sup>126</sup> Por ejemplo, el portal UOL, el más grande de Brasil, es del Grupo Folha da Manhã, de la familia Frias, propietaria de la Folha de S. Paulo, y mantiene el liderazgo de grupos tradicionales en nuevos medios.

El filósofo Inglés y jurista Jeremy Bentham se encuentra precisamente en el siglo 19 los primeros movimientos transitorios de prensa sin compromisos con la sociedad a una prensa que se funda y refuerza la opinión pública.

En el siglo 20, la perspectiva de la prensa como un cuarto poder se consolida en las sociedades democráticas occidentales. La noción se encuentra "la prensa" - de nuevo, visto como un bloque homogéneo - como una de las instituciones clave para el mantenimiento y el fortalecimiento de las democracias modernas. La prensa se considera una institución social, la sociedad, apareciendo junto a los ejecutivos ramas, legislativas y judiciales en el complejo sistema de equilibrio de estas fuerzas. Asignarle un lugar en la ecuación de que "el poder controla el poder."

Pero paralelamente a este aumento de prestigio inconmensurable, la prensa como el cuarto poder se mantiene bajo control por el surgimiento del liberalismo y el creciente establecimiento de periodismo como una actividad económica e industrial. Como se ha indicado Sevchenko (en el prefacio de la obra de Kucinski, 1998), "pero cuando el absolutismo fue suplantado y se establecieron los primeros regímenes liberales, la situación estaba lejos de ser brillante. La prensa pronto se convirtió en sí mismo un instrumento de manipulación, distorsión y la corrupción política".

Ramonet (2003) está de acuerdo con la crítica de este tipo de distorsión de la función pública de la prensa, que se intensifica por la globalización y la supremacía del capitalismo naturaleza estrictamente financiera en todo el mundo. Para el sociólogo español:

Durante mucho tiempo se ha dicho que el "cuarto poder". En definitiva, y gracias al sentido cívico de los medios de comunicación y el coraje de atreverse periodistas, la gente tenía este "cuarto poder" para criticar, rechazar y resistir a las decisiones democráticamente ilegales que podrían ser inválidas, injustas e incluso penales las personas inocentes. Se ha dicho muchas veces que era la voz de los sin voz. En los últimos quince años, por la aceleración de la globalización liberal, este "cuarto poder" se encontró vacía de contenido, perdiendo poco a poco, su función fundamental de poder compensatorio. (Ramonet 2003 en línea)

Es decir, hablando en un cuarto poder hoy en día, de acuerdo con este punto de vista, puede ser cierto en el contexto de la enorme influencia que los medios juegan en la arena pública. Hay, sin embargo, cuando tomamos el cuarto poder como institución republicana cuya misión principal sería fortalecer el sistema democrático y protegerlo de las amenazas provocadas por los otros poderes fácticos. Como Ramonet:

*(...) Estos grandes grupos de medios de comunicación [] ya no tienen como objetivo cívico de ser un "cuarto poder", y no informaron de los abusos contra los derechos o corregir cualquier distorsión de la democracia para pulir y perfeccionar el sistema de política. No es la intención de presentar como un "cuarto poder" y menos aún como un contador. Cuando, finalmente, puede ser un "cuarto poder", que se une a otros poderes existentes (político y económico) para aplastar al ciudadano como potencia adicional, como el poder de los medios de comunicación. (2003, en línea).*

Aunque ya no ejercen el papel del cuarto poder de acuerdo con su esencia, es decir, un contrapoder capaz de equilibrar el juego para los ciudadanos más desfavorecidos, los nuevos conglomerados transnacionales de los medios se valen también del aura misticadora de los poderes republicanos en un ejercicio de marketing personal perjudicial. Como se ha indicado Moretzsohn (2003, en línea), esta nueva configuración global se desarrolla en un entorno en el que había un "cambio en la concepción de la ciudadanía", cambiando el eje de las preocupaciones de la sociedad de participación política para la participación en el mercado de consumo.

Vaciada de su sentido político, comenzó a vincularse al consumidor, es decir, la capacidad de participar en el mercado. En estos términos, no habría ciudadanos para aclarar, pero los consumidores a satisfacer. Pero el concepto de "cuarto poder" se mantiene e incluso crece, radicalizando su potencial misticador, una fuerte situación de presión del Estado y del descrédito de las instituciones de la democracia representativa, facilitado por la misma naturaleza de su negocio, los medios de comunicación pueden aparecer como un servicio público del instrumento, a la vez que le ofrece la información y (supuestamente) que da a su voz. Por otra parte, ella misma aparece como un sustituto de las instituciones (...) que actúa de manera eficiente en un vacío representado por la separación reconocida entre el poder judicial y el hombre común, lo que se traduce en serio las dificultades de acceso de la gente común a la justicia. (2003, en línea)

Además de cuestionar la noción de los medios de comunicación como "cuarto poder" en este trabajo, se centró en la discusión de iniciativas independientes, debe cuestionar la existencia misma de la noción de "la prensa" como un bloque homogéneo que constituye tal poder. A diferencia de lo que ocurre con el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial, cuyas estructuras en mayor o menor medida emanan de la sociedad (considerando la elección de los representantes y los parlamentarios, la designación de jueces por ellos o por medio de la contratación pública) el supuesto "cuarto poder" en realidad se compone de un número de entidades en una mayoría estrictamente privadas de todos los tamaños y afiliaciones ideológicas. El colectivo de periodistas, profesionales o no, que denuncian la violencia de género es "cuarto poder", así como los gigantescos conglomerados transnacionales que dominan las operaciones de televisión, radio, Internet y de impresión.

La eclosión en los últimos años en Brasil y América Latina de cientos de iniciativas independientes de medios de comunicación ayuda a poner más en evidencia la fragilidad del concepto de "cuarto poder" como un bloque homogéneo de las instituciones compensatorias. Paradójicamente, mientras que este fenómeno rescata algo del origen de esta expresión. Redime un ideal: la de un medio de comunicación en realidad al servicio del ciudadano, que ver con el equilibrio de la interacción de fuerzas que a menudo la población, especialmente los más pobres, desinformados y desfavorecidos, se ve estrellado por autoritarismos diversos.

Vivimos, por tanto, una oportunidad histórica. Pero no para rescatar el concepto problemático de "cuarto poder", creado para legitimar una prensa no siempre legítima, que se ha globalizado y extiende sus tentáculos a áreas tan diversas como el sector financiero – subráyase el registro de la compra, por el diario brasileño "o Estado de S. Paulo", el 50% de la aseguradora Genial, una operación que ilustra la ideología del "cuarto poder" en la posmodernidad o incluso la entrada de la mayor editorial de revistas en Brasil, El Grupo Abril, en el segmento planes de asistencia personal, que van desde el asesoramiento nutricional hasta ayudar con el mantenimiento del coche. La oportunidad histórica que hoy en día ofrece la sociedad en general y los periodistas en particular, es rescatar el ideal republicano que un día puso la prensa como una poderosa herramienta para cumplir con el derecho fundamental a la información.

Nos referimos, en este sentido, los dos documentos históricos. La primera, la "Declaración de Los Derechos del Hombre y del Ciudadano" (en francés Déclaration des droits de l'homme et du citoyen), texto fundamental de la Revolución Francesa aprobada por la Asamblea Constituyente en el año 1789. En el artículo XI, la carta dice:

*Puesto que la libre comunicación de los pensamientos y opiniones es uno de los más valiosos derechos del hombre, todo ciudadano puede hablar, escribir y publicar libremente, excepto cuando tenga que responder del abuso de esta libertad en los casos determinados por la ley<sup>128</sup>. (2016, online)*

El segundo documento fundamental que se ocupa del derecho a la información se promulgó durante la Asamblea General de la ONU en diciembre de 1948, también en París. Esta es la "Declaración Universal de los Derechos Humanos", que en su artículo 19 establece:

*Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión<sup>129</sup>. (2016, online)*

Pero a medida que los conglomerados de medios a menudo transnacional, cuyos intereses ya no se limitan a la práctica del periodismo, pero tienen actividades financieras, la educación formal, logística, publicidad, etc., todavía puede usar la bandera de un "cuarto poder" cometido con los derechos humanos? La respuesta, lamentablemente, es que ellos no pueden. Y cuando lo hacen, tergiversan la propuesta original para la creación de un "cuarto poder" y utilizan el prestigio y la credibilidad lograda en los últimos dos siglos para obtener beneficios. Como Ianoni resume:

*(...) Formalmente tenemos el derecho a la libertad de expresión y el derecho a estar bien informado. Sin embargo, no es exagerado decir que el derecho a la comunicación está lejos de ser frecuente en varios rincones del mundo. La información se ha convertido en mercancía y la propiedad de grandes organizaciones corporativas que operan dentro de la lógica de la rentabilidad. Las organizaciones están profundamente articulan los intereses del gran capital financiero, la industria y los servicios. Se puede decir que el periodismo como negocio ha evolucionado en detrimento del periodismo como un servicio público. Varios fondos de inversión tienen participación en el capital de los grandes conglomerados de comunicaciones. Las compañías telefónicas también controlan los principales periódicos y televisiones. De hecho, un proceso impresionante y decisivo tiene sus propias fusiones, adquisiciones y empresas conjuntas, y la consiguiente concentración operada entre las compañías de medios (Ianoni, 2003, p.57-58)*

Es en este sentido que estalla en América Latina un "quinto poder", que rescata y actualiza la esencia de la Ilustración del "cuarto poder". Este "quinto poder", que Ramonet se propone ser una forma de resistencia a la ofensiva del nuevo "cuarto poder" "que de alguna manera traicionó a los ciudadanos subiéndolo, con armas y bagajes, al enemigo" (2003, en línea). El "quinto poder", propuesto por Ramonet, se manifestaría a través de un "Observatorio de Medios Internacional", que reuniría a periodistas, estudiosos del área, ciudadanos comunes (al final, todos somos miembros de los medios de comunicación) y personalidades comprometidas socialmente. Uniría, por lo tanto, toda la sociedad, a excepción de los propios dueños de los medios de producción. Según el autor, en contra de la tiranía de los barones de los medios:

*Simplemente crear un "quinto poder". Un "quinto poder" que nos permite oponerse a un ciudadano bajo la nueva coalición de los señores gobernantes. Un "quinto poder" cuya función sería la de denunciar el super poder de los grandes medios de comunicación, grandes grupos mediáticos, cómplices y difusores de la globalización liberal. Medios*

<sup>128</sup> La íntegra de la carta, original en francés, puede ser conferida en: <https://www.legifrance.gouv.fr/Droit-francais/Constitution/Declaration-des-Droits-de-l-Homme-et-du-Citoyen-de-1789>. Acceso em 20/9/2016.

<sup>129</sup> La íntegra de la declaración, original en inglés, está disponible en el site de ONU, en: <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>.

de comunicación que, en determinadas circunstancias, no sólo dejaron de proteger al público, pero a veces actúan de forma explícita en contra del pueblo. (Ramonet 2003 en línea)

Esta es la opinión de Moretzsohn (2003, en línea), "sin duda una propuesta idealista, y de acuerdo con la retórica libertaria de los movimientos sociales de oposición de la globalización neoliberal. Aún así, sigue siendo una interesante iniciativa".

Creemos, sin embargo, que la propuesta de crear un "quinto poder", erigido como un poder fiscalizador de nuevo y de auxilio al derecho a la información, ya materializado en diversas iniciativas en toda América Latina. Ya no es, a nuestro entender, a partir de una propuesta idealista, sino una realidad manifiesta.

El "quinto poder" es una realidad. Una realidad que ha tomado forma y se expresa en América Latina a través de grupos que reúnen a periodistas profesionales y ciudadanos interesados, no sólo para la crítica de los grandes medios de comunicación erosionadas por intereses financieros, sino también llenar los vacíos de información, dando voz a las minorías de forma sistemática ignorado, democratizar la información.

Subestimar la potencia y el alcance de estas iniciativas es un error. A pesar de que no tienen poder para competir individualmente con las impresionantes cifras de la audiencia de los principales medios de comunicación – los canales de televisión, portales de Internet, radios y periódicos de los conglomerados - el nuevo colectivo periodístico, aunque reciente, ya compite en calidad, si tomamos como parámetro premios nacionales e internacionales para el periodismo (indicando quizás llenar un vacío) y tienen una gran diversidad, teniendo en cuenta el público de diversos perfiles y nichos. En este sentido, es de destacar el reconocimiento conferido por un colectivo de periodistas más activos de Brasil, la Agencia Pública, pionero en el periodismo de investigación independiente que, con cinco años de existencia, ya acumuló más de 20 premios de periodismo.

Pero, ¿cuáles son los colectivos periodísticos independientes más relevantes de América Latina? Cuáles contribuyen para cumplirse el derecho a la información? ¿Cuáles son los actores de este nuevo "quinto poder", descentralizado, movilizado y crítico? A continuación, abordaremos estos temas en cuestión, a través de un mapeo y análisis de 73 iniciativas.

### 3. COLECTIVOS INDEPENDIENTES DE PERIODISMO

Figura 1: Mapa del periodismo independiente de la Agencia Pública



Fuente: <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>, acceso en 10/8/2016.

La diversidad temática y cuantitativa del "Mapa de Pública" y del "Primer Estudio de Medios Digitales" sugiere una actualización de la pauta pública en la comunicación y en la política.

En Brasil, el ranking "*Mapa del periodismo independiente*", de la Agencia Pública, ofrece una apurada selección de iniciativas autónomas del poder político y económico. Dicho ranking utilizó criterios que seleccionaron iniciativas mayormente periodísticas, con interés público e informativo; generadas para plataformas digitales; que sean basados en asociaciones y en colectivos; no comprometidos a grandes medios, grupos políticos o económicos empresariales. Los propios grupos se auto clasificaron, según sus contenidos periodísticos, su misión y objetivos, entre otros temas<sup>130</sup>. Este artículo se enfocará en las temáticas que los medios independientes eligieron como representación social, como una propuesta de debate para actualización de la pauta política.

La clasificación, en permanente actualización, contenía, hasta el momento de esta encuesta, 73 iniciativas. Algunas de ellas se ilustran en la Figura 1 a continuación, que muestra la interfaz de navegación de esta base de datos en línea.

Cuadro 2: Distribución temática de las iniciativas periodísticas independientes

<sup>130</sup> La página web de la Agencia Pública describe de esta manera la metodología utilizada para crear la asignación a la que nos referimos, cuyo lanzamiento tuvo lugar a principios de 2016:

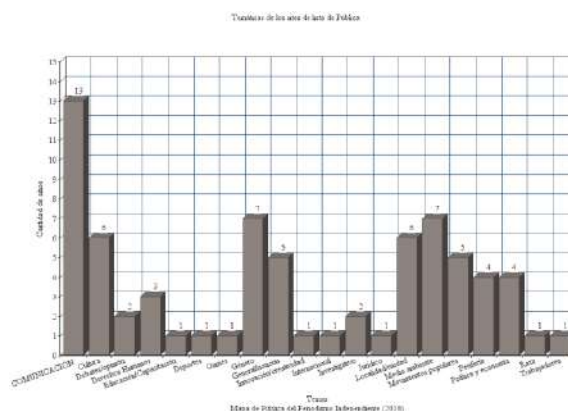
"Para criar este "mapa" interativo do jornalismo independente brasileiro, selecionamos iniciativas a partir dos seguintes critérios: 1 - Organizações que produzem primordialmente conteúdo jornalístico; 2 - Organizações que nasceram na rede; 3 - Projetos coletivos, que não se resumem a blogs; 4 - Sites não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. Após um levantamento inicial, chegamos a pouco mais de 100 nomes. A partir daí, enviamos um questionário com o intuito de confirmar o alinhamento a esses critérios. O questionário continha as seguintes perguntas: A sua organização, entidade ou coletivo produz primordialmente conteúdo jornalístico? Possui caráter comercial? Qual é a missão da sua organização? Há quanto tempo a organização existe? Como a sua organização se mantém? Qual é a figura jurídica? Qual(is) a(s) cidade(s) de nascimento da iniciativa e de cobertura atual? Qual é a principal plataforma? Foram alguns meses de conversas, procura incansável e pedidos de informações. Algumas iniciativas foram retiradas por não se encaixarem nos critérios definidos pela pesquisa" (Agência Pública, online, disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>, acceso en 10/8/2016)

TEMAS/EDITORIAS	PROYECTOS	CANTIDAD DE INICIATIVAS (73)
Comunicación	Farol Jornalismo, Aos Fatos, Brio, Agência Anota, Outras Palavras, Fluxo, Democratize, Acurácia, Poleiro, Mídia Ninja, Desneuralizador, Coletivo Catarse, Énois	13
Cultura	Desacato, Scream and Yell, Noo, A Escotilha, Move that Jukebox, Nonada	6
Debates/opinión	Oppina, Viomundo	2
Derechos Humanos	Jornalistas Livres, Ponte, Candeia	3
Educación/capacitación	Porvir	1
Deportes	Puntero Izquierdo	1
Games	Overloadr	1
Género	ASMiná, Capitolina, LadoM, Cientista que Virou Mãe, Papo de homem, Think Olga, Nós mulheres da periferia	7
General	Berro, Marco Zero Conteúdo, LivreJor, Nexo, Risca Faca	5
Innovación/creatividad	Projeto Andarilha	1
Internacional	Calle2, Opera Mundi,	2
Investigativo	Volt, Lupa	2
Jurídico	Jota	1
Local/Ciudad	Vozerio, Cidades para pessoas, Trombone, Repórter de Rua, Maruim, Outra Cidade	6
Medio ambiente	Envolverde, Colabora, Conexão Planeta, Infoamazônia, Amazônia real, O Eco, Ecodesenvolvimento	7
Movimientos Populares	Nigeria, Passapalavra, Terra sem Males, Jornalismo B, Rio na Rua	5
Periferia	Periferia em Movimento, Vaidapé, Agência Mural, Papo Reto	4
Política/ Economía	Barão de Itararé, Draft, Justificando, Congresso em Foco	4
Raza	Alma Preta	1
Trabajadores	Repórter Brasil	1

Fuente: investigación de los autores.

En términos absolutos, la distribución de los temas prioritarios por colectivo periodístico se puso de la siguiente manera:

Figura 2: Gráfico temático de colectivos periodísticos, en números absolutos



Fuente: pesquisa de los autores



Considerando que el presente estudio aborda un problema de comunicación, es decir, la aparición de nuevos actores en el panorama periodístico de Brasil, será presentada a continuación una breve descripción de cada una de las 13 iniciativas asignadas que se centran principalmente en cuestiones relacionadas con este tema. Ellos son, en orden alfabético:

**ACURACIA** (<http://www.acuracia.com.br/>): Cubre los sucesos locales de Puerto Alegre, al Sul de Brasil, utilizando el discurso fotográfico para narrar “de forma averiguada y creativa”. Su objetivo es el trabajo de pensar y actuar en el fotoperiodismo de modo ético, con difusión de información precisa y fiable. Entre las notas publicadas, una cobertura fotográfica sobre los movimientos sociales contra el gobierno del presidente Michel Temer, cuando unas 50.000 personas participaron en la marcha.

**AGENCIA ANOTA** (<https://www.facebook.com/AgenciaAnota/>): Ubicada en Facebook, se compromete a contar historias “como lo son”, de forma “contrahegemónica”, utilizando colaboración de los lectores. Actúa en Sudeste del país (Río de Janeiro y cercanías y Minas Gerais, en el Centro-Oeste, en la capital Brasília, y en el norte del país, en Belém. Entre las notas actuales, la resistencia de una ocupación popular en las afueras de São Paulo que fue incendiada a inicios de setiembre.

**AOS FATOS** (<http://aosfatos.org>): El sitio Aos Fatos siguen declaraciones de políticos y autoridades brasileñas y chequea la veracidad de sus declaraciones. Tienen una fórmula con siete etapas para ello, entre buscar las fuentes originales, alternativas, contextualización y clasificación de importancia. Trabajan con sellos para ello: VERDADEIRO , IMPRECISO, EXAGERADO, FALSO e INSUSTENTABLE. Dos a tres periodistas hacen parte de cada grupo de trabajo, para haber un veredicto respecto de la información. Además, vuelven las informaciones públicas y accesibles. Entre las notas actuales, una cobertura especial sobre los debates televisivos al alcalde de São Paulo, chequeando si los candidatos dicen datos verdaderos o no.

**BRIO** (<https://medium.com/brio-stories>): “Historias reales y periodismo de aliento a quién le gusta tener temas”. Así se denomina el sitio Brio, que actualiza su página una vez al mes, con un gran reportaje *longform*. Hoy, tiene 11 grandes coberturas y busca formas de financiación. Entre las notas actuales, la historia “Os Pastores nos Campos de Pedra” trata del campo semiárido brasileño, el *sertão*, que sufre la peor sequía de la historia.

**COLECTIVO CATARSE** (<http://coletivocatarse.com.br/>): Catarse busca alternativas que fortalezcan la cultura y el periodismo independiente y enriquecen el debate sobre temas de interés público. Trabaja con textos autorales, sobre movimientos y organizaciones que entienden la cultura como un derecho humano y la comunicación como una acción transformadora.

**DEMOCRATIZE** (<https://www.facebook.com/democratizemidia>): Red de comunicación, que pretende competir e intensificar el debate sobre la democratización de los medios de comunicación, levantando la bandera de una tercera forma de periodismo actual, con honestidad y transparencia de la información, “dejando de lado la preocupación por ganancias y los intereses políticos detrás de cada noticia”. Entre las notas publicadas, Democratize entrevistó tres candidatas al consejo de la ciudad de Sao Paulo para esclarecer el papel de la mujer en la política brasileña actual.

**É NÓIS** (<https://enoisconteudo.com.br/>): Es una agencia-escuela para jóvenes con formación en periodismo en plataforma digital abierta, [www.escoladejornalismo.org](http://www.escoladejornalismo.org). Los jóvenes investigan temas de interés y publicar informes en varios vehículos, además de generar productos de comunicación, campañas, metodologías, estrategias de distribución de contenidos y la movilización de los jóvenes. Como ejemplo de noticia, hay una en plena época de elecciones municipales en Brasil, donde hay un difícil acceso a la información por parte de jóvenes que tienen derecho a voto, aunque detenidos en centros de rehabilitación social.

**FAROL JORNALISMO** (<http://faroljornalismo.cc/blog/>): De los medios que tratan de comunicación (13), *Farol* busca nuevas formas de hacerse periodismo, como romper las burbujas del poder y repensar el periodismo local (Newsletter 97), diversidad en el periodismo (Newsletter 94) o sobre emprendedorismo e independencia periodística (Newsletter 95).

**FLUXO** (<http://www.fluxo.net/>): Propone nuevas posibilidades y combinaciones al periodismo, entre lenguaje, contenido y relación con público. Además de contenido en distintas medias, Fluxo organiza acciones abiertas al público. Quiere tejer redes de medios independientes. Se subraya su línea editorial con los preceptos: La agenda es otra; El periodismo es la política; Causas y acciones de interés para nosotros; El flujo es un proceso, no una forma final; No creen lo que dicen los medios, el periodismo nunca ha sido tan vivo. Entre las notas actuales, está la crítica a la cobertura del *impeachment* de la Presidenta Dilma Rousseff, a través de la administración del contenido publicado.

**MIDIA NINJA** (<https://www.facebook.com/midiaNINJA/>): Es una red de colectivos y comunicadores que trabajan en la producción y difusión de contenidos, con experimentación en formato y contenido. Se subrayó desde las protestas de Brasil en 2013 y, este año, ultrapasó los medios tradicionales como revista *Veja* en *digital engagement* de los

internautas brasileños, con la cobertura del *impeachment*: 90 millones de lectores. Entre las noticias actuales, el perfil de una candidata mujer transexual, abogada, feminista y activista.

**OUTRAS PALAVRAS** (<http://outraspalavras.net/>): Sitio que promueve información sobre el post-capitalismo, a través de foros sociales redes de cooperación y comunidades, con el fin de una “cultura libre”. Cree en la convergencia digital y en la comunicación compartida, o “medios libres”, para sembrar nuevas relaciones y en nuevos modelos sociales. Entre las notas actuales, una noticia sobre por qué la película brasileña “Acuarius” (2016, dir. Kléber Mendonça Filho) es mal criticada en la prensa brasileña: retaliación por la protesta del elenco contra el *impeachment*, y por las conexiones de la prensa con la oposición al Partido de Dilma Rousseff.

**POLEIRO** (<https://revistapoleiro.com.br/>): “El sitio valora la producción de contenidos en profundidad, en contra de la tendencia generacional para producir y consumir de forma rápida y manera desechable. Ayuda a los jóvenes periodistas para construir informes de apoyo tanto en la investigación y en la construcción del texto”, según el sitio. Entre las noticias, una que evalúa el monopolio que Amazon impone al mercado.

La iniciativa de Agencia Publica, además de los propios medios Independientes, muestran la relativización del poder informativo de los grandes medios brasileños, que a su vez están de acuerdo con un sistema centralizado de comunicación pro capital y de poder establecido.

Dicho fenómeno pide un giro epistémico hacia el Sur, interesado en métodos de investigación que valoren modelos postfordistas de organización informativa. La desobediencia epistémica realizada en este artículo sugiere un diálogo entre objeto de estudio y la propia investigación, rumbo a un modelo de comunicación mestiza, interdisciplinaria, que unió el estudio teórico del poder y de la opinión pública, con un fenómeno práctico de comunicación alternativa al poder establecido, el verdadero contra poder popular que pide la comunicología Sur-Sur.

#### 4. CONSIDERACIONES

Presentadas las temáticas de los proyectos del “Mapa del Periodismo Independiente” de la Agencia Pública, fueron catalogados 63 proyectos<sup>131</sup>, de los cuales se puede considerar:

- Hay un espectro de temas (24 al total) más diverso que los encontrados en la prensa tradicional, tampoco en las pautas y prioridades políticas brasileñas. El tema Género, por ejemplo, está mal representado en las dos esferas;
- En segundo lugar, cuando los temas tradicionales del debate público son el norte de los medios independientes digitales, son abordados de forma más social y popular que en la gran prensa o de forma más profunda que el abordaje político brasileño;
- Finalmente, la distribución cuantitativa de los sitios informativos independientes entre las temáticas también revela intereses sociales distintos al espacio que la gran prensa y el debate político ofrecen, como género (7), movimientos populares (5), medio ambiente (7), localidad (6) y periferia (4).

Como hemos visto, el mapeo realizado por la Agencia pública identifica los productores de contenidos de acuerdo a cuatro criterios o requisitos previos: predominio de contenidos periodísticos en la iniciativa; proyectos nacidos en Internet; proyectos que son colectivos, es decir, sin contenido de la blogosfera; y la ausencia de vínculos con grupos de medios, políticos, organizaciones o empresas. El análisis documental de los datos revela que este temas de los proyectos están poco presentes en los principales medios de comunicación, o están cubiertos sólo esporádicamente en páginas policiales o *fait divers*, son fundamentales en el colectivo periodístico independiente.

Además de dar énfasis a temas olvidadas sistemáticamente, los colectivos también se caracterizan por una postura crítica a la nombrada grande media. Incluso en colectivos más consolidados – y galardonados – como la *Agencia Pública*, *Puente Periodismo* y otros, no hay vergüenza en la discusión del papel de la propia prensa en la sociedad. Frente a los principales problemas sociales como la desigualdad o el prejuicio y la marginación de las poblaciones periféricas, los colectivos recuerdan constantemente que uno de los actores en el escenario es sólo el “cuarto poder” que, organizado en las corporaciones capitalistas de múltiples intereses, perpetua estereotipos sobre las mujeres, los pobres, los negros, homosexuales etc.

Mientras tanto, los medios de comunicación tradicionales no asumen ninguna responsabilidad en estos debates. En pleno siglo XXI, todavía parecen evocar el paradigma de la *Teoría del Espejo* – es decir, solamente reproducir la realidad, tener las cosas “tal como son” – y se esconden bajo el manto de una objetividad inalcanzable. Hablan como si su lugar de expresión fuera un momento tanto desinteresado y omnisciente. Por lo tanto, abordar cuestiones cruciales en la vida de países como Brasil, como los escándalos de corrupción, el proceso de impedimento político, reformas laborales y de seguridad social, privatizaciones, los rescates de capital extranjeros etc. La agenda liberal, en definitiva, se presenta como la única alternativa al caos social que aparece en los titulares de todos los periódicos. No por casualidad, una agenda alineada con los intereses de los conglomerados de medios – que, como hemos visto, también incluyen áreas como las finanzas, la educación, la salud, etc.

<sup>131</sup> Datos fueron actualizados el 13 de setiembre de 2016, recaudados del sitio oficial de la ONG Agencia Pública.

Además de la (auto) crítica y las temáticas diferenciadas que hacen los medios colectivos de comunicación y periodismo digital parece, diferenciar el "cuarto poder" como la conocemos, por la forma en que se acercan en cumplir su función informativa. En términos de comunicación, mientras los medios remiten para sí el paradigma cansado de la objetividad y el difusionismo de información - mediante la inversión en una "concepción objetivista de la información" como nota Cremilda Medina (2006, p. 13)- los colectivos van hacia un método más dialógico y humano de contacto. En este sentido, están más en sintonía con las demandas actuales, en las palabras de Medina, para quien "las reivindicaciones democráticas contemporáneas piden por la dialogía interactiva" (2006, p.13). La autora es pionera en Brasil en la defensa de la adopción de una epistemología de la complejidad a los periodistas que, en su opinión, sería un paso adelante hacia una verdadera experiencia de la comunicación humana. Para ella, es necesario reemplazar el "signo de la divulgación", que predica el difusionismo y la opinión del periodista como dispositivo detecta reproductivos, para el "signo de la relación", que incluye una comprensión-interpretación del mundo complejo y sin prejuicios.

Es en la crítica al llamado "cuarto poder", sumada a las directrices que arrojan luz a segmentos o temas de poco interés para el capital, pero mucho interés a la sociedade (tales como el medio ambiente, el género) y cómo dichos temas son trabajados - es decir, para una relación de paradigma y de diálogo - que los colectivos periodísticos constituyen, en nuestra opinión, el surgimiento de un "quinto poder" en Brasil y América Latina.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agência Pública (2017). *Mapa da Pública do Jornalismo Independente*. Acessível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 01/08/2016.
- Assemblée Nacional da França. *Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789*. Disponível em <https://www.legifrance.gouv.fr/Droit-francais/Constitution/Declaration-des-Droits-de-l-Homme-et-du-Citoyen-de-1789>. Acesso em 20/9/2016.
- Görger, J. (coord.) (2008). *Donos da Mídia*. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br>> y <<https://archive.org/web/>>. Acessado em 28/09/16.
- Ianoni, Marcos (2003). *Sobre o quarto e quinto poderes*. Revista Comunicare, Vol. 3, n. 2.
- Kucinski, Bernardo (1998). *A síndrome da antena parabólica*. Ética no jornalismo brasileiro. São Paulo, Fundação Perseu Abramo.
- Medina, Cremilda (2006). *O Signo da Relação: Comunicação e Pedagogia dos Afetos*. São Paulo: Paulus.
- Moretzsohn, Sylvia (2003). *Em nome da justiça, contra o direito: os escândalos do jornalismo nas denúncias de pedofilia*. BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Covilhã, p. 1-10. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-jornalismo-pedofilia.pdf>. Acesso em 20 de setembro de 2016.
- Morin, Edgar (2001). *Introdução ao Pensamento Complexo*. Porto Alegre: Sulina.
- Naciones Unidas (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Online. Disponível em <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>. Acesso em 20/9/2016.
- Ramonet, Ignacio (2003). *O Quinto Poder*, Le Monde Diplomatique. Acesso em 20/9/2016.
- Sousa, Jorge Pedro (2003). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## A construção da verdade sobre o golpe de 1964 em narrativas jornalísticas: uma análise sobre o Jornal do Brasil e o jornal O Dia<sup>132</sup>

### The construction of the truth about the 1964 coup in journalistic narratives: an analysis of the *Jornal do Brasil* and *Jornal O Dia*

Edison Mineiro de Araújo Júnior<sup>133</sup>

Ana Regina Barros Rêgo Leal<sup>134</sup>

**RESUMO:** Este artigo tem como foco o desvendar dos processos de construção de uma verdade sobre o golpe de 1964, considerado por seus apoiadores como revolução democrática. Naquele momento o Brasil passava por uma crise institucional de grandes dimensões. João Goulart, que somente em 1963 se tornou também Chefe de Governo, após o plebiscito e consequente retorno ao presidencialismo; teve dificuldades em implantar sua plataforma de reformas que se colocava na contramão dos interesses de grande parte da Nação, sobretudo, das classes sociais dominantes. O país sofreu então, uma polarização política, potencializada pelo trabalho constante dos veículos de comunicação e pela ação de instituições como o IPES e o IBAB. Nesse contexto, tentamos compreender como as narrativas jornalísticas foram construídas uma vez que toda informação veiculada carrega um intencional discurso de uma determinada “verdade”. Para consecução desta pesquisa estudamos a movimentação política e midiática que culminou com o golpe de 1964, passamos pelo conceito de narrativa e nos dedicamos à relação entre a instituição jornalística e a verdade. O processo analítico adotado é qualitativo e tem como inspiração a Hermenêutica de Ricoeur (2010).

**PALAVRAS-CHAVES:** Jornalismo, Ditadura Civil-Militar, Narrativa.

#### INTRODUÇÃO

Segundo Motta (2004), as narrativas jornalísticas são fragmentos de histórias, personagens e atores dos dramas e tragédias humanas contadas cotidianamente, pontuadas de lacunas e hiatos de sentidos que precisam ser constantemente negociados pelo receptor no contato com a narrativa. Nesse sentido, as notícias, que se colocam como principal produto do jornalismo, condensam difusamente conflitos, tensões, terror e piedade. É o receptor que vai conectar os fragmentos existente nas notícias, refigurando as indeterminações, além de articular passado, presente e futuro ao montar os quebra-cabeças das intrigas e significados, por meio de atos criativos de recepção. “É na interpretação imaginativa do leitor ou ouvinte que a narrativa jornalística ganha narratividade e consistência, ganha contornos morais e éticos, reconfigura histórias significativas independente da identidade ou qualidades intrínsecas e dos estilos do texto” (MOTTA, 2004, p. 15).

É a partir da exposição anterior, que o presente artigo se propõe a compreender a construção da verdade em narrativas jornalísticas sobre o golpe de 1964. O conceito de narrativa considera os estudos de Paul Ricoeur (2010). Apesar do filósofo não ter desenvolvido seus estudos no âmbito comunicacional, trazer à tona narrativas sobre o golpe militar brasileiro consiste em uma oportunidade de aproximar seus estudos, assim como, averiguar os processos de prefiguração, configuração e refiguração, demonstrando a construção da verdade nestas narrativas.

O contexto em que as narrativas foram configuradas resulta no período de saída do presidente João Goulart. No entanto, para compreender a deposição de Jango é preciso reconhecer a crise política que se desencadeou no Brasil desde o governo Jânio Quadros, assim como, a crise do populismo. Por fim, a queda do presidente em 1964 é conduzida por diversos setores sociais, como a imprensa, elite empresarial e militares, por exemplo, que vinham tendo seus interesses contrariados pelas medidas presidenciais.

<sup>132</sup> Trabalho apresentado no GT 16 de Estudos sobre Jornalismo, integrante do XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación - ALAI 2018.

<sup>133</sup> Autor do trabalho. Jornalista pela UFPI. Pesquisador do NUJOC-PPGCOM-UFPI. Mestrando em Comunicação pela UFPI. E-mail: edison.mineiro@hotmail.com

<sup>134</sup> Orientadora do trabalho. Jornalista pela UFPI. Mestre em Comunicação pela ECO-UFRRJ. Doutora em Comunicação pela UMEESP com estágio de doutorado na UAB- Barcelona. Professora do PPGCOM-UFPI. Diretora de Relações Internacionais da SOCICOM. Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia- ALCAR. E-mail: anareginarego@gmail.com

Este trabalho se estrutura em três momentos. Inicialmente realizamos a exposição da movimentação política do golpe de 1964, além da atuação da mídia e contribuição para a consecução da saída de Goulart e ascensão dos militares. Em seguida, trabalhamos o conceito de narrativa e situamos a narrativa jornalística, como também a importância da verdade que confere credibilidade à atividade. Por fim, são analisadas cinco narrativas em consonância com a abordagem qualitativa embasada no círculo hermenêutica de Ricoeur (2010).

O material jornalístico analisado, localiza-se nas edições do dia 02 de abril de 1964 dos periódicos *Jornal do Brasil* e *O Dia*.

## AS MOVIMENTAÇÕES DO GOLPE DE 1964 E A NARRATIVA JORNALÍSTICA

Antecedendo ao golpe em abril de 1964 que instalou o regime civil-militar<sup>135</sup> no Brasil, houve uma série de acontecimentos que delinearão a crise naquela conjuntura histórica. Segundo Barbosa (2016), disputas partidárias, polêmicas entre executivo e legislativo, greves, inflação, conspiração expuseram a tímida relação entre cenários econômicos, políticos, empresariais e culturais, levando, sob os auspícios das forças conservadoras do país para o desfecho do golpe em 1964 (BARBOSA, 2016, p. 88).

Nesse contexto é preciso retomar ao governo de Jânio Quadros (1961) para compreender as movimentações que culminaram com o golpe militar. De acordo com Dreifuss (1981), Juscelino Kubitschek encerrou o seu mandato com uma “conciliação” múltipla de interesses e pressões diversificadas, envolvendo a elite empresarial e as camadas sociais. “De certa forma, o período configurou-se como a mais efetiva expressão socioeconômica e política do populismo. Porém, ao final da década de 1950, as incoerências estruturais da convergência de classe populista começaram a aflorar” (DREIFUSS, 1981, p. 125).

A candidatura de Jânio Quadros em 1960 constituiu-se como uma tentativa de continuar a política do seu antecessor, ou seja, o compartilhamento de poder de Estado entre o grande capital e o bloco populista.

Apesar da curta estadia à frente do Brasil, Quadros tentou de certo modo, dar sequência à gestão de Kubitschek, uma vez que compôs um executivo capaz de satisfazer os grupos econômicos de proeminência social, com a inclusão de representantes empresariais na administração pública do país. Transcorridos os primeiros meses, o governo passou a enfrentar problemas com uma economia enfraquecida, resultado de diretrizes políticas implementadas pelo presidente anterior com o intuito de “acelerar” o crescimento em pouco tempo. Outro ponto relacionado se trata da organização do movimento sindical. “O movimento sindical havia se tornado, aos olhos da comunidade empresarial, um fator de desorganização no momento de ascensão de Jânio Quadros à presidência, pois certos sindicatos e líderes sindicais exigiam uma mudança social” (DREIFUSS, 1981, p. 129).

Com isso, o conflito de interesses conduziu o governo à ruína:

*Em agosto de 1961, após um efêmero governo de sete meses, Jânio Quadros, baseando-se mais em seu suposto carisma e menos numa efetiva autoridade, renunciou, na esperança de conseguir um mandato Bonapartista-civil por intermédio de um retorno ao governo ouvindo os apelos das classes médias. Ele também esperava o respaldo de empresários e o apoio resolutivo de uma coalizão militar, que o capacitariam a impor soluções econômicas e políticas às demandas conflitantes (DREIFUSS, 1981, p. 129).*

Com a renúncia, o então Vice-Presidente, João Goulart, teve que assumir o cargo máximo do executivo brasileiro. Contudo, houve a tentativa de impedir que o mesmo tomasse posse. Esse travamento foi ocasionado pelo bloco de poder composto pela burguesia industrial de porte médio, os setores agrários do sul do país e políticos tradicionais que se opunham às demandas dos militares da Escola Superior de Guerra (ESG) e aos interesses multinacionais (DREIFUSS, 1981, p. 130).

A solução imposta para a continuação de João Goulart no poder foi o estabelecimento do regime parlamentarista (1961-1962), após aprovação de uma emenda constitucional em 1961 pelo Congresso Nacional com o intuito de encontrar uma saída para a crise institucional. É preciso mencionar também que João Goulart teve o apoio do governador do Rio Grande do Sul (1959-1963), Leonel Brizola na luta pela legalidade do cargo.

As amarras do parlamentarismo findaram no início de 1963 com a convocação de um plebiscito que trouxe de volta o sistema presidencialista com 80% do anseio popular. Recuperado o poder, o presidente buscou seguir um caminho nacional-reformista com o apoio dos trabalhadores, da pequena burguesia industrial local e do setor agrário de produção interna.

Ainda que Goulart contasse com esse respaldo social, a elite empresarial, as multinacionais e Forças Armadas se posicionaram de forma contrária às reformas pretendidas pelo Presidente. Como, por exemplo medidas que previam o

---

<sup>135</sup> Período conhecido pelo cerceamento à liberdade individual, controle dos veículos de comunicação e produções culturais, a ditadura civil-militar teve início em 01 de abril de 1964 e seguiu até 15 de março de 1985. Durante o regime, cinco generais presidentes governaram o país: Castelo Branco (1964-1967), Costa e Silva (1967-1969), Médici (1969-1974), Geisel (1974-1979) e Figueiredo (1979-1985).

tratamento igualitário do capital estrangeiro e nacional, implicando também um controle mais rigoroso das atividades do capital transnacional no Brasil. O investimento oriundo do exterior foi definido como os bens, maquinário e equipamentos que entrassem no país destinados à produção de bens ou serviços sem as despesas iniciais de cobertura cambial (DREIFUSS, 1981, p. 131).

Com esse ritmo, as deliberações foram desencadeando uma série de manifestações, sobretudo pela “ameaça comunista”, considerando o diálogo que o presidente mantinha com as lideranças sindicais. A partir disso, o comício promovido em 13 de março de 1964 pelo Comando Geral dos Trabalhadores (CGT) foi considerado o estopim para a deposição presidencial. Além da proclamação das reformas de base, como o posterior decreto Nº 53.700, de 13 de março de 1964 aumentou a animosidade em diferentes setores sociais.

*Os Institutos IPES - Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais e IBAD - Instituto Brasileiro de Ação Democrática, ambos criados com o intuito de combater um pensamento comunista são apontados como maestros influentes na orquestração do discurso pró-intervenção militar no governo de Goulart. Naquele momento o povo brasileiro encontrava-se dividido. Os trabalhadores apoiando João Goulart e suas propostas de reformas sociais, enquanto que as classes sociais mais abastadas e o empresariado apoiavam os udenistas e defendiam ferrenhamente o que acreditavam ser o melhor para a democracia brasileira, que em seu ponto de vista, se encontrava ameaçada pelas posições do Presidente (RÊGO; LEAL, 2016, p. 240).*

Dentro desse panorama, a mídia teve papel significativo no processo que conduziu o Brasil a ser comandado por militares. Segundo Rêgo e Leal (2016, p. 240), os meios de comunicação tinham posicionamento semelhante a partir de janeiro de 1964, momento em que se iniciou a movimentação rumo ao rompimento governamental. Seguindo a imprensa nacional, os jornais de circulação regional reproduziam o discurso em prol da intervenção militar, assim como a incapacidade de Goulart para continuar no poder. “De certa forma, formou-se um forte consenso em prol de uma conjuntura que se julgava então necessária para a manutenção do modelo de democracia que se defendia para o país” (RÊGO; LEAL, 2016, p. 240).

Em consonância com a pesquisa de Silva (2016, p. 19), o *Jornal do Brasil* expõe sua posição logo após o comício promovido pelo Comando Geral dos Trabalhadores. A edição do dia 14 de março de 1964 traz o editorial “Os inelegíveis” em referência a João Goulart e Leonel Brizola. O texto opinativo conta que a reunião foi uma humilhação para a constituição deste país. Além disso, “trata o então deputado Brizola como aliado de Fidel Castro, unido a Goulart com o propósito de destruir a constituição” (SILVA, 2016, p. 19).

Após a tomada do poder, houve o desenvolvimento gradativo de convencimento social com o intuito de assegurar o governo nas mãos dos militares. A evidência desta orquestração social pode ser exemplificada pelo processo de composição de narrativas jornalísticas que corroborou com a manutenção do poder. De acordo com Antunes (2007, p. 02), a narrativa condensa eventos, motivos, atores e produz um relato que representa o acontecimento jornalístico em uma dada configuração temporal que agencia ação e interpretação. O fator ação aqui exposto remete aos critérios, como o posicionamento do veículo de comunicação e a subjetividade do jornalista que são determinantes na produção da narrativa. Enquanto a interpretação fica a cargo do leitor, que parte do seu substrato social ao incidir sobre a narrativa.

E, é, portanto, com a intenção de compreender as narrativas jornalísticas sobre o golpe já mencionado que trazemos o pensamento de Paul Ricoeur para o campo do jornalismo. A narrativa é vista como um mecanismo para organizar a realidade social humana. Os textos são firmados em sua temporalidade, e com isso retratam as experiências humanas da época em questão, esboçando os anseios e expectativas. As narrativas, portanto, demonstram a incessante inquietude pela busca do homem em se (re)conhecer. Motta (2004) sintetiza o pensamento de Ricoeur e afirma que “[...] as narrativas são um meio de reconfigurar a nossa confusa e difusa experiência temporal” (MOTTA, 2004, p.8). O autor ainda aponta que a força narrativa dos enunciados jornalísticos está principalmente em domar o tempo, mediar a relação entre um mundo temporal e ético prefigurado e refigurado pelo ato da leitura, ou seja, desde o trabalho do jornalista até o contato com o leitor (MOTTA, 2004, p.11).

Além da produção jornalística e cooptação midiática, outros fatores foram importantes no contexto de convencimento social dentro do regime militar. Conforme Rêgo (2016, p. 38), a instituição da censura no jornalismo e manifestações artísticas, como também, a intervenção estatal no método educacional, por meio da criação de disciplinas cívicas tinham como objetivo formar cidadãos em que o pensamento conservador preponderasse. Essas medidas, dentre inúmeras outras, foram tomadas pelo militares para criar consensos em torno de suas propostas de governo e do modelo de desenvolvimento para o país (RÊGO, 2016, p. 38). É preciso também mencionar o “crescimento econômico” utilizado como propaganda do período militar, uma vez que houve a implantação do Programa de Ação Econômica do Governo (PAEG) financiado por empréstimos internacionais.

Como explanado na discussão acima, uma série de acontecimentos antecederam a deposição de Goulart e a ascensão militar, e, nesse ínterim, incluímos o protagonismo midiático na construção de uma opinião consensual sobre os riscos do comunismo para o país. Desse modo, e buscando compreender as construções jornalísticas que circularam então é que nos dedicamos às conceituações de narrativa e verdade, tendo em vista que a análise será sobre material jornalístico que informa a queda de João Goulart e ascensão dos militares ao poder executivo.

## SOBRE NARRATIVAS E VERDADES

Refletir sobre o papel da mídia é fundamental para compreender a queda do presidente João Goulart em 1964, assim, com esta intenção nos dedicamos à conceituação de narrativa jornalística, uma vez que as narrativas de dois impressos são alvo do procedimento analítico desta pesquisa. Além disso, se adentra na explanação do conceito de verdade, visto que é preciso levar em conta que a adoção de um potencial discurso de “verdade”, ainda na institucionalização do jornalismo no século XIX, conferiu a legitimação social à atividade.

A discussão conceitual parte dos estudos de Ricoeur que consideram a narrativa capaz de instituir conexões que reinscrevem o tempo vivido no tempo cósmico. O tempo vivido encontra a sua forma, expressão e reconhecimento na intriga logicamente edificada. Tempo e narrativa se concebem reciprocamente: o tempo vivido é o objeto da narrativa e a narrativa é a consciência de *si* possível do vivido. Enquanto seu objeto, o tempo vivido oferece as condições para a sua narrativa; enquanto consciência do vivido, a narrativa sai dele e retorna a ele, transformando-o (REIS, 2006, p.9).

Nesse sentido, Ricoeur (2010) apresenta a teoria da ação e interpretação a partir da mediação entre tempo e narrativa. Explicitando a afirmação, a tessitura da intriga estabelece o papel mediador entre um estágio da experiência prática que a precede e um estágio que a sucede para resolver o problema da relação entre tempo e narrativa. Essa tessitura aparece como o momento de síntese da narrativa (RICOEUR, 2010, p.87). Fica claro aqui que a mimese não é apenas a imitação, ou se o é, a imitação não é só se assemelhar a algo já existente, mas a própria ação de tornar concreta a narrativa, a tríplice mimese esclarece melhor essas relações, ao mesmo tempo em que chama atenção para as dimensões éticas implicadas em todo ato de narrar (CARVALHO, 2010, p.06).

A tríplice mimese inicia em mimese I se referindo ao mundo prefigurado que disponibiliza o modelo do mundo ético ou representação do real, com pressuposições de verdades que o leitor tem como certas. Na sequência, a mimese II é a configuração do mundo, considerada a “mimese-criação com função central” por Ricoeur (2010), uma vez que, desenvolve o mundo do texto, permitindo a emergência de novos sentidos. Finalizando, a mimese III é a esfera que intervém o receptor. O leitor é convidado a integrar-se de modo a exercer o papel de refiguração da narrativa. “Esta só ganha toda a sua envergadura quando a obra expõe *um mundo* de que o leitor se apropria. Esse mundo é um mundo cultural” (RICOEUR, 2010, p. 91).

Nesse sentido, Leal (2014, p.17) também explica a tríplice mimese de Ricoeur e observa que a narrativa resulta em uma complexa rede de operações.

*Toda narrativa nasce da realidade social, que lhe fornece o “substrato” ético-social e histórico, a partir do qual cada história é contada. Ao ser posta em linguagem, ao ser composta, essa história se torna outra coisa, se afasta desse mundo anterior, pois seleciona, ordena e dispõe os elementos dele extraídos em uma configuração nova, única, peculiar. Surge então o mundo do texto, que, por sua vez, não tem um fim em si mesmo, pois se apresenta como um mediador, destinado que é ao leitor/receptor. Diante da narrativa, configurada como texto, o leitor/receptor a refigura, recompõe, reconstitui, inserindo-a na sua própria intenção comunicativa, nos seus parâmetros éticos e sócio-históricos. É só nessa instância, a do mundo do leitor, que uma narrativa adquire sua existência plena (LEAL, 2014, p.17).*

Aqui ousamos importar a discussão sobre narrativa para o campo do jornalismo. O ritual de elaboração de narrativas resulta em um exercício de configurar e refigurar as inúmeras experimentações éticas e sociais, por meio dos indivíduos que entram em contato com a narrativa. No caso do jornalismo, o processo de refiguração sucede nos atos de notícias diariamente, quando o leitor, ouvinte ou telespectador criativamente reinterpreta, sob o mesmo fundo cultural do autor, o percurso de representação dos dramas e tragédias do homem moderno (MOTTA, 2004, p. 11).

Afunilando ainda mais a temática, é preciso recordar a hibridização existente no âmbito do jornalismo, como a composição de textos descritivos que buscam uma suposta imparcialidade, por exemplo. De acordo com Motta (2004, p. 12), as narrativas emergem na movimentação entre a pré-figuração, a configuração e a refiguração do ciclo autor-obra-leitor, que podem ser apanhadas, por meio da interpretação da comunicação jornalística a partir da visão do leitor.

*É desde o ponto de vista reconfigurador da recepção e desde um pano de fundo cultural, ético e moral que podemos reconstituir episódios fragmentados das notícias diárias em narrativas coerentes, que podemos reconstituir intrigas e histórias cuja significação está muito além dos conteúdos proposicionais. É desse ponto de vista, a meu ver, que o jornalismo se configura como narrativa da contemporaneidade. Sua significação é cultural e sua interpretação precisa ser antropológica (motta, 2004, p. 12).*

Então fica claro que a interpretação da narrativa jornalística revela conceitos que ultrapassam o âmbito da linguagem, ou seja, a proposta incrustada nas entrelinhas do texto, como a visão do jornalista, o meio de comunicação e outras variantes que interferem na narrativa.

Partindo deste pressuposto é preciso compreender a lógica de produção jornalística. Apesar da sua essência social, a atividade se compara aos trabalhos mercadológicos, tendo em vista os preceitos considerados no desenvolvimento do

produto principal, ou seja, a notícia. Os profissionais levam em conta os denominados critérios de noticiabilidade com o intuito de estabelecer o contato com o público. A relação pressupõe a confiabilidade do leitor nas informações divulgadas, porque a notícia é comercializada com uma pretensa embalagem da verdade.

Nesse sentido, a informação jornalística se diz dotada de objetividade e imparcialidade com o intuito de vender a verdade para o público, estipulando um suposto acordo de compromisso social, trata-se de um regime que tem como foco a criação e manutenção de uma reputação credível e vendável. Segundo Arendt (2014, p. 322), a prática do dizer a verdade no jornalismo ultrapassa a função de informação diária, tendo, sobretudo, a utilidade de orientar as pessoas em um mundo em constante transformações, assim como, facilitar que se localizem em um lugar social.

No entanto, a produção jornalística sofre a interferência de fatores internos e externos. No caso das variantes externas, por exemplo, o poder governamental atua sobre os veículos de comunicação para intervir no processo de produção, isto é, o que deve vir à tona como verdade ou impõe o silenciamento de um acontecimento. A interferência é ainda mais visível em regimes governamentais autoritários, como por exemplo a ditadura civil-militar no Brasil.

Ao longo da história humana, Arendt (2014, p.287) pontua que as possibilidades da verdade sobreviver ao assédio do poder são escassas. A verdade está sempre sob o perigo de ser eliminada do mundo não por uma época, mas eternamente. "Fatos e eventos são entidades infinitamente mais frágeis que axiomas, descobertas e teorias - ainda que os mais desvairadamente especulativos - produzidos pelo cérebro humano" [...] (ARENDR, 2014, p.287).

A fragilidade dos eventos pode ser evidenciada por uma série de acontecimentos ao longo da história do homem. Segundo Arendt (2014, p.311), a manipulação de fatos e opiniões é notável no propósito de reescrever a história e criar novas imagens favoráveis ao poder vigente. Além disso, como parte do processo de manipulação, um fato que anteriormente era conhecido e estabelecido pode ser negado e negligenciado caso venha a prejudicar a reputação de um governo. A autora menciona como exemplo histórico, a exclusão de Trotsky no seu papel desempenhado na Revolução Russa durante o governo de Josef Stalin. Todas as mentiras abrigam um germe de violência; a mentira organizada tende sempre a destruir aquilo que ela decidiu negar, embora somente os governos totalitários tenham adotado conscientemente a mentira como o primeiro passo para o assassinato (ARENDR, 2014, p.312).

*O esforço principal tanto do grupo enganado como dos próprios enganadores tenderá a se dirigir no sentido de manter a imagem de propaganda intacta, e esta é menos ameaçada pelo inimigo e por interesses hostis concretos do que por aqueles que, dentro do próprio grupo, lograram escapar a seu fascínio e insistem em falar sobre fatos ou ocorrências que não se encaixaram na imagem. A história contemporânea está repleta de exemplos em que os que diziam a verdade factual eram considerados mais perigosos e até mesmo mais hostis que os verdadeiros adversários (ARENDR, 2014, p. 316).*

Nesses casos, controlar a mídia é essencial para o poder vigente. Os veículos de comunicação se tornam braços da ordem hegemônica e, sobretudo, a atividade jornalística que ao compor suas narrativas vende a informação com o status da verdade. O leitor ao entrar em contato com essas notícias, toma para si, muitas vezes sem se questionar, o que corrobora com a constância da estrutura de poder.

A verdade, enquanto construção discursiva não existe fora de um contexto de poder ou sem poder. Foucault (2015, p. 52) afirma que as sociedades possuem regimes próprios de verdade, um estatuto que determina a verdade, isto é, o discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que possibilitam diferenciar os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; e o estatuto daqueles que têm o papel de dizer o que funciona como verdadeiro (FOUCAULT, 2015, p. 52).

Verdade, narrativa e discurso<sup>136</sup> jornalístico encontram-se, portanto, em uma simbiose necessária para manutenção do lugar de fala privilegiado no contexto social, em que se situa o jornalismo. No próximo tópico nos dedicamos à interpretação das narrativas na contextualidade e temporalidade já reportados anteriormente.

## **A CONSTRUÇÃO DA VERDADE SOBRE O GOLPE DE 1964 EM NARRATIVAS JORNALÍSTICAS**

Com o intuito de compreender a construção da verdade sobre o golpe de 1964 em narrativas jornalísticas dos primeiros dias do regime civil-militar, utilizamos como guia do nosso processo analítico a hermenêutica filosófica a partir do círculo de Paul Ricoeur (2010). De acordo com Ricoeur (2000), a abordagem não deve ser vista apenas como uma interpretação de símbolos, mas sim como uma proposta para desmistificar o simbólico, desmascarando as forças ocultas que atuam nele. O círculo hermenêutico se debruça sobre o processo de construção e reconstrução das narrativas na medida em que elas partem do autor até o leitor, fazendo o leitor se tornar um novo autor ao refigurar as narrativas.

<sup>136</sup> Vale ressaltar que aqui não analisamos as formações discursivas, mas tão somente nos detemos na análise das narrativas.



*Una vez liberada de la primacía de la subjetividad, ¿cuál puede ser la primera tarea de la hermenéutica? A mi juicio, buscar en el propio texto, por una parte, la dinámica interna que preside la estructuración de la obra; por otra, la capacidad de la obra para proyectarse fuera de sí misma y dar lugar a un mundo, que sería ciertamente la «cosa» del texto. Dinámica interna y proyección externa constituyen lo que llamo la labor del texto. La tarea de la hermenéutica consiste en reconstruir esta doble labor del texto. (RICOEUR, 2000, p. 205).*

A abordagem resulta em analisar a dinâmica interna responsável pela estruturação da obra, assim como a capacidade para se projetar além da narrativa, possibilitando a construção de um “novo mundo”. Nesse sentido, a concepção hermenêutica se propõe a interpretar narrativas e o seu constante processo de construção e reconstrução entre autor, obra e leitor, não se preocupa em apresentar uma conclusão única da temática a ser discutida no corpus. A investigação busca então indicar considerações coerentes do material analisado e que possam contribuir com posteriores pesquisas. Além disso, é preciso ressaltar que os pesquisadores se colocam em terceira mimese ao entrar em contato com as narrativas jornalísticas, ora analisadas.

A amostra analítica deste trabalho é composta pelas edições do dia 02 de abril de 1964 dos impressos *Jornal do Brasil* e *O Dia*, sendo analisadas cinco narrativas no total. A escolha dos periódicos se deve ao fato do *Jornal do Brasil* ter ampla circulação nacional, enquanto o jornal *O Dia* atua em âmbito piauiense. Para finalizar, o acervo do *Jornal do Brasil* foi localizado no sítio eletrônico do periódico, ao passo que *O Dia* se encontra digitalizado no Arquivo Público do Piauí, trabalho produzido pelo Projeto Memória do Jornalismo Piauiense<sup>137</sup>.

## A INTERPRETAÇÃO DAS NARRATIVAS NOS IMPRESSOS

### JORNAL DO BRASIL

O *Jornal do Brasil* foi fundado em 1891 pelo advogado Rodolfo Dantas com o objetivo de defender os ideais da monarquia na recém implantada república no Brasil. Ao longo da história deste impresso, houve a mudança de proprietários, ataque da censura estatal e até mesmo o empastelamento. Durante a ditadura civil-militar, sofreu com a promulgação do Ato Institucional 5 resultando na prisão de um dos diretores, José Sete Câmara e, posteriormente, o presidente Manuel de Brito em 1970.

Em 2001, o empresário Nelson Tanure assumiu o *Jornal do Brasil* em decorrência da crise financeira da família Nascimento Brito responsável pelo impresso. No ano de 2010, declarou o fim da edição impressa, permanecendo somente na versão *web*.



**Figura 1:** Edição do dia 02 de abril de 1964 do *Jornal do Brasil*. Fonte: JB Online.

É preciso ressaltar que as narrativas selecionadas se inserem na explicação conceitual de narrativa considerando a aproximação que fazemos com o pensamento de Ricoeur (2010). Nesse âmbito, as narrativas em análise são resultados do trabalho do jornalista que selecionou determinados acontecimentos, isto é, prefigurou experiências vividas a partir do contexto em que ele está imerso, considerando características culturais, éticas e sociais. Após essa etapa, há a configuração da narrativa (mundo texto), que se trata da construção da notícia, momento em que se resolve a intriga por meio da inteligibilidade da ação narrada, em uma concordância discordante, conforme Ricoeur (2010). Posteriormente, o leitor ao entrar em contato com essas notícias promove a refiguração, interpretando as informações e, posteriormente, produz uma nova narrativa.

Outro ponto a ser considerado diz respeito a desconstrução da “verdade” nas narrativas selecionadas. De acordo com Foucault (2015, p. 52), a “economia política” da verdade tem cinco características historicamente importantes: o foco na produção do discurso científico e nas instituições que o regem; está submetida a uma constante incitação econômica e política (necessidade de verdade tanto para a produção econômica, quanto para o poder político); é objeto de uma grande difusão e de um imenso consumo (circula nos aparelhos de informação e educação, cuja extensão no corpo social é relativamente imensa); é desenvolvida e propagada sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos econômicos ou

políticos (universidade, exército, escritura, meios de comunicação; além de ser objeto de debate político e confronto social (FOUCAULT, 2015, p. 52).

<sup>137</sup> Projeto de pesquisa e extensão vinculado ao NUJOC-Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação PPGCOM-UFPI ao qual pertencem os autores deste artigo.

A primeira narrativa a ser analisada tem por título “Goulart resiste no Sul e o Congresso empossa Mazzilli” (Figura 1). A matéria, que fica localizada na capa da edição do dia 02 de abril de 1964, é acompanhada por seis imagens que mostram a movimentação da queda de Goulart. As fotos alternam entre a exaltação da figura militar, como por exemplo a legenda “Fiel até debaixo da água” e a comemoração popular “Vitória está nas ruas” representada pela imagem de pessoas dentro de carros vibrando a saída do presidente.

Quanto a narrativa, a construção da inteligibilidade do mundo narrado no momento da configuração, se faz em cima de informações sobre a viagem de João Goulart a Porto Alegre com o intuito de resistir à deposição, traz o anúncio da nomeação de Ranieri Mazzilli como presidente da república, então presidente da Câmara dos Deputados do Brasil (1958-1965). Além da movimentação do exército, populares e a prisão de figuras políticas ao exemplo do governador de Pernambuco (1963-1964), Miguel Arrais. A construção da narrativa traz uma resolução da intriga que situa e posiciona o impresso no contexto: “As 13h, quando o movimento revolucionário contra o seu Governo parecia definitivamente vitorioso, o Sr. João Goulart saiu do Palácio das Laranjeiras, no Rio” [...] [sic.] (JORNAL DO BRASIL, 02 de abril de 1964, p. 01).

Ao caracterizar como revolucionário, o movimento é definido como positivo, assim como, demonstra ser a substituição de uma estrutura vigente por outra. Outro ponto possível de problematização é a narração da euforia popular mediante o desenrolar da saída de Goulart:

*As notícias de vitória da revolução levaram o povo carioca às ruas, apesar da tarde e noite chuvosas. Uma chuva de papel picado (que se repetiu em São Paulo e Belo Horizonte) saudou o acontecimento. Automóveis cheios de pessoas eufóricas desfilarão inclusive pelas ruas do Centro dando vivas às Forças Armadas e ao Governador Lacerda [...] [sic.] (JORNAL DO BRASIL, 02 de abril de 1964, p. 01).*

Os dois excertos da narrativa demonstram a tendência que determinou o processo de configuração. Em uma síntese imitativa, as narrativas falam, entre exposições claras e tentativas de silenciamento, do posicionamento do *Jornal do Brasil* em favor da saída de Goulart, como também, trazem a imagem dos militares como heróis (aqui nos referimos à imagem do soldado na chuva). A configuração dessas experiências vividas tem por intuito conduzir o leitor, ao entrar em contato com essas narrativas, assimilando as informações como uma verdade. Novamente surge o papel da instituição jornalística e sua projeção de uma imagem em favor da sociedade. Desse modo, torna-se evidente e possível interpretar que essa narrativa propõe ao público se reconhecer como ator participante do movimento e apoiador do processo que culminara com a deposição do Presidente.

Durante o processo analítico percebemos que a narrativa se fez carregar de uma estética romantizada, visível no encadeamento dos acontecimentos na narrativa. Ainda acerca da última citação, o comentário que se pode fazer é que apesar da chuva, a população foi celebrar a saída de Goulart com papel picado e desfile por diferentes capitais brasileiras. A série de acontecimentos narrados apresenta uma proposição maniqueísta, em que o mal termina vencido, com a saída do Presidente João Goulart. Vale aqui, lembrarmos Nietzsche, para quem “[...] é único o conceito “bom”. Perguntai aos escravos qual é o “mau”, e apontarão a personagem que para a moral aristocrática é “bom”, isto é, o poderoso, o dominador. Simplesmente os escravos olham para ele de viés, com o olhar venenoso de rancor” (NIETZSCHE, 1991, p. 14). Com isso, se pretende dizer que a caracterização de “bom” ou “mau” depende da perspectiva e interesse de quem propõe, neste caso, o jornal demonstra o seu posicionamento.

O modo como o impresso toma partido sobre Goulart perdura pelas 32 páginas da edição. Há ainda um editorial que constrói uma linha do tempo em passado, presente e futuro: “O problema era a permanência inaceitável do Sr. João Goulart que não soube cumprir, nem honrar. Esse problema foi resolvido pela restauração da legalidade, na sua pureza democrática” [sic.] [...] (JORNAL DO BRASIL, 02 de abril de 1964, p. 05). De acordo com Silva (2016, p. 18), o *Jornal do Brasil* foi o periódico com o posicionamento mais evidente durante o golpe de 64:

*Em 1º de abril, o Jornal do Brasil trata o golpe sem qualquer alarde. Seu material informativo descreve o ambiente existente no centro do poder e nas ruas do Rio de Janeiro. O seu editorial, porém, é humilhante para o presidente João Goulart, considerado um “Fora da lei”. O texto deixa transparecer quão temeroso o presidente era visto pela imprensa brasileira e quão reacionária a pessoa que o escreveu [...] (SILVA, 2016, p. 20).*

Enquanto o presidente tinha sua imagem manchada pelo impresso, outro político, além dos militares, vinha sendo exaltado, se trata do governador do estado da Guanabara (1960-1965), Carlos Lacerda.

O personagem é constantemente vangloriado nas páginas da edição propondo ao leitor uma refiguração intencional de revelação sobre os verdadeiros heróis. Como em imagem na capa que traz a legenda “O governador sempre esteve preparado para tudo”. Carlos Lacerda, além de político é jornalista e dono do *Tribuna da Imprensa*. Ao longo da edição, há uma série de matérias que inserem depoimentos do personagem, conforme se pode ver a seguir:

*Em proclamação lançada ao País, ontem à tarde, do Palácio da Guanabara, o Sr. Carlos Lacerda disse que “já espantamos o fantasma, mas ele pode voltar se acabarmos de abrir clareiras, de cruzar, na luz da verdade, os desvãos, os sótãos em que ele transformou esta Nação”. - O Brasil não quer Caim na presidência da República? Caim que fizeste*

*dos teus irmãos? De teus irmãos que iam ser mortos por teus cúmplices comunistas, de teus irmãos que eram roubados para que tu te transformasses no maior latifundiário e ladrão do Brasil? - perguntou o Sr. Carlos Lacerda [...] (JORNAL DO BRASIL, 02 de abril de 1964, p. 07).*

O leitor ao entrar em contato com esta narrativa termina por refigurá-la associando a imagem de João Goulart com a de um vilão ou traidor da Nação, vide o personagem bíblico Caim. Além deste ponto, o Presidente é considerado comunista e acusado de concentrar grande quantidade de terras. O impresso ao mencionar continuamente a figura de João Goulart negativamente tem a finalidade de reverberar sua opinião sobre o personagem e influir no ato de interpretação do público. Utilizando o status em que o jornalismo se encontra assegurado, a associação de ideias e a construção maniqueísta no seio narrativo passa a ser assimilada pelo leitor, que acolhe a informação como verdade, a partir do reconhecimento do lugar de fala do jornalismo, como credível.

Tal evidenciação pode ser explicada por Arendt (2014, p. 323), que vislumbra a condensação de fatos e ocorrências na arte de narrar como transformação da realidade. Os fatos perdem sua contingência e adquirem um sentido humanamente compreensível.

Durante a produção jornalística, a seleção do acontecimento é determinado por aquilo que se anseia em expor na narrativa, ou seja, um recorte da realidade, representação de interesses alheios ao poder e à empresa jornalística, produzindo uma narrativa palatável.

Nesse sentido, os constantes elogios a Carlos Lacerda eram de interesse do *Jornal do Brasil*. De acordo com Gasparini (2004, p. 621), o político era considerado um intelectual orgânico da burguesia, uma vez que, estava formulando e propondo ideias no calor dos acontecimentos, no próprio decorrer, portanto, da luta diária. Ele se firmava como agente prático e teórico da burguesia brasileira, sempre interessado em formular uma plataforma através da qual a burguesia pudesse desempenhar mais plenamente seu papel autocrático e subordinado, próprio de uma burguesia insipiente. Trata-se, pois, de um formulador de ideias voltadas para a prática do poder (GASPARINI, 2004, p. 621).

Após analisadas as duas narrativas do *Jornal do Brasil* e debatidas sobre a construção da verdade nestas matérias, a próxima etapa se debruça sobre outras duas narrativas do impresso piauiense *O Dia*.

## **O DIA**

Segundo Zózimo Tavares (2003, p.67), o jornal *O Dia* foi fundado em 01 de fevereiro de 1951, por Raimundo Leão Monteiro. Nos primeiros anos circulava duas vezes por semana, às quintas e domingos pela manhã. Em 1962, foi arrendado pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), e em seguida comprado pelo coronel Otávio Miranda, que o tornou em um diário moderno, primeiro impresso piauiense a circular com impressão em off-set e estrutura empresarial. "Até em então, os jornais em circulação estavam sempre a serviço de grupos e partidos políticos. Usavam linguagem apaixonada na defesa de suas ideias e virulenta no combate aos adversários" [sic.] (TAVARES, 2003, p.67).

Durante os anos de ditadura civil-militar, o impresso já circulava diariamente, além disso o apoio ao regime era evidente e visível em cada publicação de aniversário da ditadura em que havia exaltação do regime.

*Em 1964 o Brasil se encontrava na beira do abismo, pois nele foram implantadas a anarquia, a desordem. As nossas Forças Armadas, sempre presentes às medidas de salvaguarda da Nação não pode mais tolerar aquele estado de coisas. Saíram para as ruas juntamente com os homens bem intencionados no futuro do Brasil, arrebataram o Poder das mãos dos maus e procuraram voltar o País àquele ritmo que deveria ter tomado: A ordem, o respeito às autoridades e a marcha para o progresso [...] [sic.] (JORNAL O DIA, 31 de março de 1972).*

Na capa de 02 de abril de 1964, assim como na imprensa nacional há destaque para as complexas questões políticas pelas quais passava o Brasil. A narrativa "A situação do Brasil na 'Voz da América'" traz uma matéria sobre a saída de Goulart na emissora estadunidense *Voz da América*. Confira o trecho a seguir para a discussão:

*[...] Fontes anti-governistas assumiram a dianteira esta noite, na luta pelo poder, após uma revolta de 24 horas, durante a qual se verificaram movimentos de tropas, mas apenas um choque. O único choque travado teve lugar quando soldados anti-governistas capturaram o Forte de Copacabana, no Rio de Janeiro. Foi noticiada a morte de um homem durante a captura. A resistência das forças do presidente João Goulart foi vencida quando o I Exército no Rio de Janeiro não reagiu contra as unidades rebeldes do estado de Minas Gerais [...] (JORNAL O DIA, 02 de abril de 1964, p. 01).*

**Figura 2:** Edição do dia 02 de abril de 1964 do Jornal *O Dia*.  
Fonte: NUJOC-UFPI.



A narrativa publicizada encadeia uma série de acontecimentos desde a saída do presidente, a ascensão de Ranieri Mazzilli, passando pelos embates militares, greves e posicionamento de notáveis figuras políticas. Diferentemente das outras duas narrativas analisadas anteriormente, esta busca expor uma visão panorâmica confrontando ainda Carlos Lacerda e João Goulart com seus diferentes posicionamentos. Enquanto o primeiro alega o intuito do Presidente em instaurar um regime comunista, o segundo se defende e afirma que sofre constantes ataques desde o comício do dia 13 de abril.

Diferentemente das narrativas do *JB*, o leitor não é instigado a tomar partido. A imagem construída de João Goulart não é de um vilão ou comunista, mas sim de um Presidente que perdeu o controle da situação política no país e que está disposto a retornar ao poder. Além disso, aqui há a presença de forças favoráveis à continuação do chefe de estado: “Procurou ele (João Goulart) obter o apoio dos sindicatos e outras entidades públicas [...] O êxito alcançado por uma greve da Confederação do Trabalho em apoio ao presidente João Goulart” (JORNAL O DIA, 02 de abril de 1964, p. 01).

O posicionamento supostamente imparcial na narrativa deve ser relacionado ao veículo de origem. Provavelmente, em decorrência de se tratar de uma publicação oriunda dos Estados Unidos, país<sup>138</sup> que não estava diretamente envolvido nos conflitos que aqui se davam, logo havia a possibilidade de um maior distanciamento, sem a intencionalidade de uma possível contaminação no processo de composição da narrativa a partir dos aspectos culturais, éticos e sociais do jornalista. No entanto, vale lembrar que para os EUA a ameaça comunista no Brasil não era vista com bons olhos.

Esse distanciamento da matéria estrangeira pode ser contraposto com a cobertura brasileira sobre o tumulto político. Enquanto as narrativas do *Jornal do Brasil* bombardeavam Goulart, apresentando o chefe de estado como incompetente para seguir no comando do país, *A Voz da América*, cuja notícia foi transposta em *O Dia*, procurou tratar dos personagens antagonísticos em pesos iguais. Então esse meio de comunicação aparentemente não tende para um lado, ou para o outro, cabendo ao leitor o papel de averiguar os fatos na narrativa e tirar suas próprias conclusões.

Apesar do começo da edição expor uma narrativa com um certo ponto de vista neutro, nas páginas 02, 04 e 06 localizamos a matéria “A palavra de João Calmon” que ainda intercala com outras matérias e propagandas do impresso. Dentro da narrativa, é conduzido um relato sobre a homenagem que o deputado federal pelo Espírito Santo (1962-1970), João de Medeiros Calmon recebeu no Clube das Classes Produtoras do Piauí. É preciso também ressaltar que o político atuou na expansão do grupo Diários Associados pelas regiões norte e nordeste do Brasil, além de adquirir jornais e rádios.

Na narrativa são elencados fatores contextuais que visam situar o leitor no ambiente configurado, desde o agradecimento ao povo piauiense pela homenagem prestada, a um relato de viagem realizada pelo parlamentar à Alemanha em que se deparara com o muro de Berlim. Em meio disso, João Calmon desabafava: “Sou nacionalista e reformista. Os comunistas se apoderaram destas palavras e pretendem monopolizá-las, para mascarar os seus verdadeiros intuítos de deformar a destruir, servindo ao imperialismo soviético” [...] (JORNAL O DIA, 1964, p. 06).

A informação vincula a imagem do deputado aos adjetivos “nacionalista” e “reformista” situados no contexto pós 31 de março, como características positivas do povo e dos políticos brasileiros, possibilitando então uma interpretação ao leitor que ao refigurar a narrativa, compreende que se trata de uma personificação benéfica e popular em torno do personagem. Com isso, entende-se que João Calmon está ao lado do povo, além de demonstrar repulsa ao comunismo, considerado perigo recorrente da época. O constante posicionamento anticomunista carrega o pressuposto de ser absorvido pelo público ao possibilitar a identificação com os valores propagados.

Então na narrativa anteriormente analisada, a integração entre os setores sociais, como a imprensa e os políticos, fica compreensível ao observarmos a estruturação do poder daquele período.

*O que faz com que o poder se mantenha e que seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso. Deve-se considerá-lo como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir* (FOUCAULT, 2015, p. 45).

Com isso, uma narrativa que apenas aparenta tratar da recepção de um parlamentar brasileiro, oculta um emaranhado de interesses. Conveniências que tem o intuito de persuadir a população acerca de uma determinada “verdade” que culminou com a queda de João Goulart.

<sup>138</sup> Vale ressaltar que a Operação Brother Sam e o envolvimento dos Estados Unidos através da CIA tem sido pesquisado, investigado e revelado e apresenta indícios de que foi grande a influência daquele país na condução do processo que depôs João Goulart. Ver Os Estados Unidos no Golpe de 64. Revisa ISTO É, disponível em: < [https://istoe.com.br/1217\\_OS+EUA+NO+GOLPE+DE+64](https://istoe.com.br/1217_OS+EUA+NO+GOLPE+DE+64)>. Acesso em 11 dez 17.

Mesmo com toda agitação política nas páginas anteriores, a última narrativa analisada “Teresina: Situação Calma e de Ordem” encerra a edição do dia 02 de abril de 1964:

*Indiferente a situação que atravessa o país, o teresinense amanheceu ontem calmo e tranquilo, continuando seu ritmo de vida, já tradicional e dado à quietude e serenidade. [...] Já pela manhã os colegiais, como de hábito, dirigiram-se aos colégios de Teresina. Tanto os colégios particulares como os do estado, funcionaram normalmente no dia de ontem, nos três turnos, sem nenhum problema, segundo declarações de alguns diretores de estabelecimentos (JORNAL O DIA, 02 de abril de 1964, p.08).*

Novamente um movimento contrário em relação às duas narrativas do *Jornal do Brasil*. Enquanto nas maiores capitais brasileiras as pessoas saem as ruas para participar de manifestações contra João Goulart, em Teresina a pacatez da cidade continua imutável.

O pesquisador ao interpretar a narrativa analisada, nota o desejo do jornalista em instigar o sentimento de tranquilidade e, sobretudo, a passividade. Enquanto aconteciam eventos que transformaram a situação política do Brasil, a vida do teresinense seguia o mesmo padrão pacato e assim deveria continuar. Nesta narrativa, se analisa a construção desta verdade, ou seja, o leitor não deve questionar ou procurar se inteirar acerca da agitação no panorama político, já que está tudo bem. A movimentação acontece nos grandes centros urbanos e por lá mesmo deve continuar, não necessitando o leitor do *O Dia* esboçar alguma preocupação.

Propor a desconstrução da “verdade” nesta narrativa, mediante o contexto que o país passava, é perceber a tentativa de silenciamento por parte do impresso. Ao noticiar a calma por toda Teresina, fica implícito o anseio de calar qualquer movimentação de contestação política que ocorria pela capital. Além disso, é preciso salientar que o acontecimento jornalístico é a parte de um todo, ou seja, um recorte que atende interesses, critérios e regras que ultrapassam o âmago da instituição do jornalismo. Na narrativa em pauta, não há espaço para os jovens que protestavam e que eram conduzidos para interrogatórios.

As diferenças expostas entre as narrativas do *Jornal do Brasil* e *O Dia* revelam lugares de fala distintos, com produções narrativas posicionadas em lados, em certa medida, opostos; todavia, confluentes no que concerne à produção narrativa que produz concordâncias discordantes acerca dos movimentos imediatamente anteriores e posteriores ao golpe. Como tratado anteriormente, o impresso piauiense seguia a tendência nacional em pautar a saída de Goulart como necessária e tratar o movimento conduzido por militares como sendo benéfico à população brasileira. Outro ponto a ser lembrado é que nesta época o coronel Otávio Miranda já era proprietário do *O Dia*, fator que vai contribuir com o alinhamento do jornal e, sem dúvida, interferir no trabalho de configuração do mundo pelo jornalista ao produzir narrativas, determinando a revelação ou o silenciamento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que os dois impressos, *Jornal do Brasil* e *O Dia*, possuam um direcionamento político semelhante, há diferentes modos de configuração da verdade nas narrativas analisadas neste trabalho. Vale ressaltar que o favorecimento a queda de Goulart e o apoio ao movimento militar é predominante, o que acaba por ser apropriado no ato de configuração do jornalista ao compor as narrativas.

Reforça-se novamente que a verdade é uma construção que atende parâmetros propostos por uma estrutura de poder. “A verdade está circularmente ligadas a sistemas de poder, que a produzem e apoiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem. ‘Regime’ da verdade” (FOUCAULT, 2015, p. 54).

Nas duas narrativas analisadas no impresso nacional, percebe-se a construção de uma dualidade. Por um lado, a veiculação constante de um Presidente enfraquecido, como também, de um Presidente culpado e a “revolução” seria seu julgamento e a vitória do bem sobre o mal. Por outro lado, a reiteração do movimento civil-militar que levou o Brasil a se rebelar contra o perigo do comunismo. Militares fortalecidos e situados como heróis.

Ainda sobre o *Jornal do Brasil*, a segunda narrativa analisada concentra-se em uma figura política recorrente no impresso, o governador Carlos Lacerda. O político aparece do lado oposto a Goulart. Constantemente retratado como “preparado” ou promovendo discursos calorosos, a intenção é que a figura do político seja interpretada de maneira positiva. Porém é preciso recordar que Lacerda foi considerado um intelectual a favor dos interesses da elite (GASPARINI, 2004).

No jornal *O Dia*, a primeira narrativa constrói uma verdade sob os acontecimentos políticos de 1964 a partir da ótica estrangeira. A verdade possível de ser percebida pelo ato da leitura é que o cenário brasileiro precisa ser observado com atenção, assim, a matéria de *A Voz da América* escuta os diferentes personagens da conjuntura, como o presidente João Goulart, Carlos Lacerda, os militares e os sindicalizados em greve.

Com grande destaque nesta edição, a matéria sobre a homenagem ao deputado federal João Calmon. A narrativa que segue por três páginas, tem um processo semelhante de configuração das notícias sobre Carlos Lacerda no *JB*. Calmon, assim como Lacerda, é vinculado a uma imagem de político popular. Ambos são representados como heróis da nação, que lutam contra o comunismo.

No entanto, as entrelinhas ocultam a influência no campo empresarial e político que os dois personagens possuem. Tal influência interfere na configuração da narrativa, levando a grande imprensa a retratá-los positivamente.

Por fim, a última narrativa difere das inúmeras celebrações espalhadas por todo o país. A narrativa “Teresina: situação calma e de ordem” busca passar tranquilidade e calma aos seus leitores. É como se o dever social do jornalismo fosse esvaziado e a narrativa analisada impusesse aos leitores um silenciamento acerca dos acontecimentos da época.

É notável também a posição de cada uma das narrativas no jornal. Ao encerrar a publicação com a matéria anteriormente citada, se transmite a ideia de que apesar da agitação política, o leitor, ao concluir a leitura do seu jornal, deve se manter distante e sereno.

Considerando o processo analítico aqui empreendido, é possível afirmar, em referência aos periódicos e narrativas investigadas, que estes jornais colaboraram com a construção de uma verdade favorável aos grupos empresariais e às Forças Armadas com o objetivo de depor um governo e modificar a estruturação política do Brasil. Embora seja necessário reconhecer que a influência do *Jornal do Brasil* seja maior, considerando seu lugar de fala; assim como, é preciso reafirmar que este periódico agiu de modo intencional, contumaz e efetivo contra o governo de Goulart. Ao passo que o jornal *O Dia* apoiou o golpe e reverberou posicionamentos.

Os dois impressos com as constantes notícias e os referidos posicionamentos sobre o cenário político trabalharam a naturalização de uma verdade, como parte importante para o convencimento social e, portanto, formando uma opinião homogênea sobre Goulart, justificando assim, a intervenção militar ocorrida.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Elton. Acontecimento, temporalidade e a construção do sentido de atualidade no discurso jornalístico. **Revista Contemporaneidade**, Salvador, v. 6, n. 1. Junho de 2007.

ARENDR, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2014.

BARBOSA, Marialva. **Imprensa e ditadura**: do esquecimento à lembrança em imagens sínteses. IN RÊGO, Ana Regina; EUGÊNIO, João Kennedy (org). Regimes Ditatoriais: Comunicação, Cultura e Memórias. Teresina: EDUFPI, 2016.

CARVALHO, Carlos A. **A tríplice mimese de Paul Ricouer como fundamento para o processo de mediação jornalística**<sup>1</sup>, PUC: XIX Encontro da Compós [Anais...] Rio de Janeiro, junho de 2010. 13 p.

DREIFUSS, René Armand. **1964: A conquista do Estado - Ação política, poder e golpe de classe**. Petrópolis: Vozes, 1981.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015

GASPARINI, Carlos Alberto. Carlos Lacerda e o golpe militar de 1964. **Proj. História**, São Paulo, (29) tomo 2, p. 353-701, dez. 2004.

**JORNAL DO BRASIL**, Rio de Janeiro, 31 de março de 1964, Ano LXVIII, nº 77. Disponível em: <<https://news.google.com/newspapers?nid=0qX8s2k1RwC&dat=19640402&printsec=frontpage&hl=pt-BR>> Acesso em 12 de outubro de 2017.

Jornal **O DIA**, Teresina, 02 de abril de 1964, nº 1206

Jornal **O DIA**, Teresina, 31 de março de 1972, nº 3585

LEAL, Bruno S. **Quando uma notícia é parte da história**: as mídias informativas e a identidade narrativa. E-Compós, n. 3, v. 17, p.1-17, 2014.

MOTTA, L. G. **Jornalismo e configuração narrativa da história do presente**. E-Compós, n. 1, v. 1, p. 1-26, 2004.

NIETZSCHE, F. W. **A genealogia da moral**. 3. ed. São Paulo: Moraes, 1991.

RÊGO, Ana Regina. **A Ditadura Militar no jornalismo de Carlos Castello Branco**. IN RÊGO, Ana Regina; EUGÊNIO, João Kennedy (org). Regimes Ditatoriais: Comunicação, Cultura e Memórias. Teresina: EDUFPI, 2016.

\_\_\_\_\_; LEAL, Ranielle. **Anistia e Esquecimento sob a perspectiva da narrativa jornalística de Carlos Castello Branco**. IN RÊGO, Ana Regina; EUGÊNIO, João Kennedy (org). Regimes Ditatoriais: Comunicação, Cultura e Memórias. Teresina: EDUFPI, 2016

REIS, José C. **Tempo, História e Compreensão Narrativa em Paul Ricoeur**. Lócus, Revista de História. Universidade Federal de Juiz de Fora, p. 17-40, número 01, volume 12, 2006.

RICOEUR, Paul **Narratividade, fenomenología y hermenéutica**. Anàlisi, nº 25, p. 189-207, 2000.

\_\_\_\_\_. **Tempo e narrativa**. (Tomo 1). São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

SILVA, Iônio. **A imprensa na ditadura: do golpe ao AI 5**. IN RÊGO, Ana Regina; EUGÊNIO, João Kennedy (org). Regimes Ditatoriais: Comunicação, Cultura e Memórias. Teresina: EDUFPI, 2016

TAVARES, Zózimo. **O Piauí no século 20: 100 fatos que marcaram o estado de 1900 a 2000**. 4ed. Teresina: Halley, 2003.



Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## O presídio em novas grades: os novos espaços da informação na televisão brasileira

### The prison in the new grids: the new information spaces on Brazilian television

Carla Ramalho Procópio<sup>139</sup>

**RESUMO:** A partir da análise da televisão por uma perspectiva cultural, o presente trabalho busca por evidências sobre os novos espaços da informação na televisão brasileira. Por meio de reflexões acerca de estudos sobre a presença da informação na grade televisiva, este trabalho visa identificar algumas manifestações das inovações dos formatos e propostas da informação no audiovisual por meio da análise do produto especial do programa *A Liga* (TV Bandeirantes) intitulado *Crônicas do Presídio*, que tem como tema a cobertura jornalística acerca dos presídios e seus personagens, propondo uma produção híbrida, com características do gênero documentário e uma angulação jornalística.

**PALAVRAS-CHAVE:** Informação Audiovisual. Formatos. A Liga.

**ABSTRACT:** On the basis of television analysis from a cultural perspective, the present work looks for evidences on the new information space in Brazilian television. Through reflections in studies on the presence of information in television, this work aims to identify some manifestations of formats innovations and proposals of the audiovisual information by analysing the special product of the program *The league* which has as its theme the journalistic coverage on the prisons and their characters, proposing a hybrid production, with characteristics of the documentary genre and a journalistic angulation.

**KEY WORDS:** Audiovisual Information. Formats. The league.

#### INTRODUÇÃO

Em nossa sociedade, o reconhecimento de lugares, instituições, atividades e pessoas é, em grande parte, determinado pela mediação dos meios de comunicação, presentes em nosso cotidiano como ferramentas para nossas ações e funções e, também, para a nossa existência e interação sociais. Para Thompson (2009), o desenvolvimento dos meios de comunicação seria uma reelaboração do caráter simbólico de nossa vida social, “uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si” (THOMPSON, 2009, p.19).

Dessa forma, o desenvolvimento de tais meios não se dá de forma idêntica em toda parte do globo, pelo contrário, cada nação constrói uma relação específica com esses elementos, cercada e influenciada por sua cultura e identidade. Dentre as contribuições que os Estudos Culturais trouxeram à Comunicação, está o olhar para a interação comunicacional como parte de um processo de negociação e resistência. Na busca pela relação dos meios de comunicação em nossa sociedade, a partir dos estudos de Mota (2010) que discute a relação entre TV e memória social, consideramos que coube à televisão brasileira, desde seu surgimento, desempenhar a tarefa de mediadora simbólica da nação, tornando-se um dos espaços públicos de interpretação do/no Brasil.

No campo da comunicação, muitos estudos têm se concentrado em analisar a TV do ponto de vista tecnológico, com foco em seus serviços ou ainda em seus efeitos. No entanto, seria impossível isolar uma dessas características sem considerá-la como produto cultural, sendo elemento central e inspirador de padrões, discursos, comportamentos, ações individuais e coletivas da sociedade. No contexto brasileiro, por exemplo, sua presença assume funções que vão muito além do entretenimento, como o fornecimento de informações, prestação de serviços sociais e também de cultura. Contudo, apesar da forte presença do veículo no Brasil, esses múltiplos papéis assumidos pela TV estão sendo transformados, tanto por quem pensa seu conteúdo e estrutura e, também, por quem consome seus produtos, apontando novos caminhos para a produção do que se vê na TV.

Para este trabalho, que pretende analisar as transformações da informação na televisão, é preciso considerar que alguns elementos foram e ainda são centrais para que o veículo assumisse esses múltiplos papéis que vão desde a mediação de assuntos públicos até o entretenimento. Desde que surgiu o telejornal, o país teve seu cotidiano transformado e marcado

<sup>139</sup> Carla Ramalho Procópio. Graduada em Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil, carlaramalhop@gmail.com.



pela presença desses programas, sobretudo os exibidos nas emissoras de TV aberta, de exploração comercial. O espaço para a informação na TV trouxe a produção de grandes reportagens, transmitidas em telejornais como o *Jornal Nacional* da TV Globo, onde a informação ganhava mais profundidade e tempo de transmissão. Com esses elementos, a televisão e sobretudo o telejornal conquistaram um horário, formato e lugar na vida do telespectador.

Na última década no entanto, há um elemento de importância singular nessa transformação: a internet. Devido ao aumento da velocidade do fluxo de informações aliado à possibilidade de o usuário desenvolver seu próprio conteúdo e acessar o de outros, os programas tradicionais de informação buscam novas formas de estabelecer uma relação de identificação com o público. A era digital transformou os espaços, formatos e os agentes da informação, trazendo um novo ritmo à programação da TV, incluindo o jornalismo televisivo. Nas redes sociais, é possível acompanhar um processo de apuração pelo *Twitter* ou *Facebook*, por exemplo, e entender, em poucas linhas, o fato narrado. Nessa nova estrutura também se altera o próprio conteúdo televisivo, influenciado pelos comportamentos digitais, pelo surgimento de novos espaços que se mesclam e propõem novas abordagens.

Nestes “novos espaços”, que surgem através do intercâmbio de formatos, narrativas e recursos visuais, a informação não pertence a um só gênero televisivo, tampouco a um único formato. A transformação dos gêneros e formatos dos programas brasileiros apontam uma categoria que mescla jornalismo audiovisual e entretenimento.

Se, em nossa era, os temas éticos estão sendo revistos e tratados de modo inteiramente novo (BAUMAN 1997), o jornalismo tem um papel central nesse processo de esclarecimento e identificação. O compromisso em oferecer perspectivas de discussão deve ser sempre uma preocupação de quem produz conteúdo jornalístico, sobretudo, o televisivo, por seu alcance e força representativa em nossa cultura.

## 2. OBJETIVOS

Para identificar se, de fato, essas produções colaboram para novas perspectivas de discussão e reflexão, e, em que sentido representam uma renovação de formatos, este estudo se propõe a analisar a produção *Crônicas do presídio*<sup>140</sup>, um produto especial dentro do programa *A Liga* (TV Bandeirantes) que propõe a “imersão” dos repórteres na realidade dos encarcerados. O foco do material se encontra nas histórias de vida dos (as) presos (as), e procura ampliar a compreensão da perspectiva de um ambiente marginalizado. A proximidade com diferentes gêneros, e a inovação em seu formato, fazem do programa potencialmente um exemplo destes novos espaços, apresentando uma construção de conteúdo mais direta e, ao mesmo tempo, complexa.

## 3. A DISCUSSÃO DA INFORMAÇÃO NA GRADE BRASILEIRA

A definição dos “novos espaços” da informação que essa pesquisa pretende identificar, está relacionada ao aparecimento de mais programas informativos (ainda que não tenham a estrutura convencional dos principais formatos do gênero) na grade televisiva. Para Aronchi (2004) a construção da grade televisiva de uma emissora dependerá, sobretudo, de fatores econômicos, que estão diretamente ligados à publicidade. É também por meio de suas grades que, segundo o autor, as emissoras vão construindo suas personalidades.

Em termos de programação, a produção televisiva, sobretudo na TV aberta, precisou adaptar-se à realidade de permanecer 24 horas ao ar. Com isso, seus programas utilizam recursos diversos para manter a atenção do público, seja através de narrativas que apelam para a identificação cultural, ou uma pauta com estímulo educativo e até mesmo mercadológico. Nesse sentido, Machado (2000), diz que:

*Para muitos, a televisão, muito mais do que os meios anteriores, funciona segundo um modelo industrial e adota como estratégia produtiva as mesmas prerrogativas da produção em série que já vigoram em outras esferas industriais [...] A necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação ininterrupta teria exigido da televisão a adoção de modelos de produção em larga escala, onde a serialização e a repetição infinita do mesmo protótipo constituem a regra. (MACHADO, 2000. p.86)*

O comprometimento da televisão em oferecer uma programação diversificada, pode parecer natural quando pensamos no potencial deste veículo de comunicação. No entanto, no contexto brasileiro, a função de mediadora simbólica foi atribuída a ela devido às características da população e organização do Brasil. Nesse sentido, destaca-se o papel da telenovela, reconstruindo situações de conflito e de diálogo em que o brasileiro se vê e lida com questões importantes para o desenvolvimento de nossa sociedade.

Em seu livro *Televisão brasileira: desenvolvimento, globalização, identidade. 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção*, José Marques de Melo (2010) apresenta dados marcantes de nossa televisão:

<sup>140</sup> Exibido na quinta temporada do programa, entre os dias 22 e 29 de setembro e 06 e 13 de outubro de 2015.

*A análise da programação da TV brasileira no que se refere à origem da produção permite identificar uma situação de colonialismo cultural. Mais de 80% do espaço dos programas exibidos é ocupado por material proveniente de universos culturais diversos daquele peculiar à população à qual se destina. Cerca de metade dos programas são estrangeiros (48%) e cerca de 1/3 são nacionais (34%). A produção regional é reduzidíssima (4%) e a produção local é quantitativamente pouco expressiva. (MARQUES DE MELO, 2010, p.117).*

É claro que, desde 2010, novos programas foram incorporados, mas, pouca coisa mudou, principalmente em termos de TV aberta. Em uma análise da atual programação da TV Globo, uma das principais emissoras do país, a grade diária<sup>141</sup> é composta por: 6 telejornais (incluindo os locais para antenas de TV), 8 telenovelas, 7 produções da casa (como *Encontro com Fátima Bernardes*, *Bem Estar* e *Globo Esporte*), 1 série estrangeira, e 3 filmes, em sua maioria, estrangeiros. Apesar de, em termos de porcentagem, a produção nacional ser equivalente a 84% da programação, esse número não significa, necessariamente, uma produção voltada para os interesses e necessidades nacionais. Além disso, a produção local é praticamente reduzida a telejornais e programas especiais de finais de semana.

Nessa rede de conteúdo audiovisual, o telejornalismo assume um papel singular no fornecimento de material informativo. No caso brasileiro, além de orientar diariamente os cidadãos sobre assuntos que influenciam diretamente no seu cotidiano, sua presença funciona como um lugar que dá, ao indivíduo, participação social. Para Temer (2010), o telejornalismo “Tem uma responsabilidade social e política imensa, já que o baixo acesso à educação formal e a tradição da cultura oral levaram a uma relação extremada entre público e a televisão” (TEMER, 2010, p. 109).

O grande problema nessa relação é que, nem sempre, o telejornal atua como um lugar de diálogo. Neste sentido, Temer conclui que “neste diálogo ‘sem ouvidos’ com a comunidade, os produtores de telejornalismo “[...] são, em uma análise mais abrangente, apenas mais um falante” (TEMER, 2010, p. 121). O que é novo, neste caso, é a nova interação entre público e TV, transformada pela internet. Atualmente, até mesmo os telejornais estão sendo mais afetados pelas reações online, como em 2015, quando a jornalista e apresentadora da *Previsão do Tempo* no *Jornal Nacional* (TV Globo), Maria Júlia Coutinho, foi alvo de comentários racistas pela rede social *Facebook*. Também na rede, iniciou-se uma campanha em protesto ao acontecimento impulsionada por colegas jornalistas da mesma emissora, estruturada a partir da hashtag *SomosTodosMaju*.

Nesse sentido, alguns aspectos dos telejornais podem ser entendidos como uma resposta da TV a esse novo comportamento do público, como alterações de cenário, aplicativos interativos, utilização de mais elementos visuais e até mesmo o uso da linguagem da internet. Da mesma forma, outros programas também surgem trazendo características do telejornalismo, como conteúdo audiovisual que informa e expõe problemáticas importantes no contexto social.

#### 4. ASPECTOS GERAIS DA INFORMAÇÃO EM A LIGA

A presença da informação em programas audiovisuais pode se realizar de muitas maneiras diferentes, mesclando e incorporando elementos de gêneros variados. Assumindo características jornalísticas desde o início de sua criação, *A Liga* é um programa idealizado e produzido pela produtora argentina *Eyeworks CuatroCabezas*, sendo exibido em países como Espanha, Chile e Argentina. A produtora, que também é responsável pela produção do *Custe o Que Custar (CQC)*, programa de cunho editorial político/humorístico que foi exibido no Brasil pela TV Bandeirantes no período de 2008 a 2016, já foi indicada ao *Emmy*<sup>142</sup> com o programa *A Liga* e recebeu inúmeras premiações, como o prêmio *Martin Fierro* de jornalismo, o mais prestigiado da Argentina.

*A Liga* foi exibido no Brasil pela primeira vez dia 4 de maio de 2010 com as atrizes Tainá Müller e Rosane Mulholland, o músico Thaíde, o jornalista e apresentador do CQC Rafinha Bastos e a apresentadora de TV e jornalista Débora Vilalba. De 2013 a 2015, diversos formatos foram testados no programa. Em alguns, a presença de recursos visuais e sonoros, e uma maior presença de elementos de edição de vídeos eram mais utilizados, em outros, sua presença era quase mínima, e a dinâmica se construía apenas em apresentadores, entrevistados e a câmera, mais parecidos com um formato de documentário. No entanto, uma característica chama a atenção nessa retrospectiva: a presença dos repórteres. Como *A Liga* sempre teve em sua equipe personalidades e pessoas ligadas à mídia e não somente profissionais do jornalismo, a imagem desses apresentadores sempre foi mais explorada pelo programa, seja no espaço que tinham de fala, para contextualizar as matérias, ou ainda na própria angulação, que se pautava na visão dessas pessoas sobre os temas que apresentavam.

Devido a estrutura de sua produção ser feita em temporadas, em 2017, *A Liga* não exibiu nenhum episódio. Sem anunciar em que ano o programa voltaria ao ar, as principais entrevistas com os membros revelam que há indícios de uma nova temporada em 2018, mas, talvez com um formato completamente novo.

<sup>141</sup> Programação disponível no site oficial da TV Globo. Dados acessados em 04 de setembro de 2017 (segunda-feira).

<sup>142</sup> O Emmy Award é um dos maiores prêmios mundiais atribuído a programas e profissionais de televisão.

## 5 AS ESPECIFICIDADES DE CRÔNICAS DO PRESÍDIO

Além dos episódios produzidos ao longo de 2015, *A Liga* produziu também um especial de quatro episódios, cada um com a média de uma hora de duração, intitulado *Crônicas do Presídio*. O especial, desde sua proposta à sua execução, apresenta particularidades que se destacam do restante das produções do programa, como o aprofundamento em questões relacionadas à realidade do cárcere que a maioria das coberturas jornalísticas não expõem ou exploram.

Para título, a escolha do termo “crônicas” sugere aos telespectadores que o material não se trata de uma matéria jornalística tradicional, ou seja, apresentando as informações em torno de um acontecimento ou determinado assunto. Representada como um gênero híbrido entre literatura e jornalismo, Marques de Melo (2006) define a crônica como “relato poético do real”, alcançando um novo sentido ao retratar a realidade por meio de um lugar mais subjetivo. Nesse sentido, é possível perceber que *Crônicas do Presídio* traz em seu conteúdo uma perspectiva jornalística para a construção das matérias, mas também propõe uma interação estética, com a forma do que se vê/ escuta. Com a música “Construção”, de Chico Buarque como trilha de abertura do especial, segundo o discurso de apresentação dos episódios, a produção visa “revelar um cotidiano assustador que a maioria desconhece”.

A produção, que contemplou os temas “Viver para sempre na Cadeia”, “Mães, Bebês e Deficientes Físicos Detrás das Grades”, “As falhas do Sistema” e “Relatos Inacreditáveis”, conta histórias de diferentes personagens dos presídios masculinos e femininos de segurança máxima do estado da Paraíba. No especial, participam apenas os repórteres Mariana Weickert e Thaíde.

Para a análise deste material, consideramos os estudos realizados por Coutinho (2016) em conjunto com o Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais (CNPq-UFJF), que propõem um método denominado Análise da Materialidade Audiovisual, tomando como objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição. Além disso, a proposta inclui também o estabelecimento de eixos e itens de avaliação tendo em vista as questões de pesquisa, o referencial teórico utilizado e os elementos paratextuais.

### 5.1 VIVER PARA SEMPRE NA CADEIA

O primeiro episódio de *Crônicas no Presídio* tem como cenário as Penitenciárias Geraldo Beltrão e Júlia Maranhão, ambas em João Pessoa - Paraíba. Por isso, a estrutura deste episódio faz uma interação entre as histórias descobertas no bloco masculino (Geraldo Beltrão), por Thaíde, e no feminino (Júlia Maranhão) por Mariana Weickert. No primeiro, são 280 presos, todos homens, em apenas 1 pavilhão e uma cozinha que alimenta a todas essas pessoas. Thaíde acompanha o dia a dia dos presos e, aos poucos, releva os personagens que contam como é viver com penas que chegam a mais de 120 anos.

Já na vez de Mariana, o desafio é entender como vivem as mulheres que cometeram assassinatos perversos e, de certa forma, compreender o que pensam e o que as motivaram nos crimes, uma vez que o feminino historicamente aparece ligado a questões como bondade, fragilidade e delicadeza, atribuindo às mulheres essas características.

### ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL

No primeiro episódio, o conflito proposto pela produção gira em torno da vida dos presos que, provavelmente, passarão o resto de suas vidas na cadeia. A sensação do espectador é como se ele, por alguns momentos, compartilhasse as mesmas celas que os encarcerados, por meio do enquadramento das câmeras e também pela conexão com os depoimentos, tomando emprestado as suas emoções e relatos, podendo sentir um pouco do que sentem as pessoas que são privadas da liberdade por mais de 100 anos. Já com relação a penitenciária Júlia Maranhão, a sensação é de retirar o véu que define mulheres como delicadas e frágeis, ouvindo histórias de presidiárias que confessam gostar de matar. Dessa forma, os telespectadores podem confrontar suas próprias convicções tanto sobre a vida no presídio, quanto a realidade das mulheres encarceradas.

Mesmo que haja uma “persona” criada quando os repórteres se referem aos presidiários de uma forma geral, algumas histórias de determinado(as) detento(a)s são enquadradas de uma forma especial. Nesse sentido, temos duas características interessantes a serem observadas. Uma delas é que, pela maioria das entrevistas serem filmadas de maneira ininterrupta, é possível perceber que, na maioria das vezes, os repórteres selecionam as histórias que vão ouvindo ao longo de sua visita a penitenciária, e não em uma espécie de pesquisa ou filtragem anterior. Outra característica interessante é que a interação desses personagens com os repórteres é praticamente o que dá o tom de dramaticidade ao especial, fazendo com que os repórteres, em determinados casos, também virem personagens.

A sonoplastia do episódio acompanha os momentos revelados pelas câmeras. Em momentos de tensão ou de algum relato surpreendente, em que os repórteres demonstram reações de tristeza/aversão/espanto, os efeitos sonoros os acompanham. Por exemplo, quando Ana Paula, sentenciada a 29 anos de prisão, diz que a sensação de matar com faca é melhor do que a revólver. Neste momento, quando a câmera mostra o rosto da repórter Mariana, essas reações ficam mais

evidenciadas. O mesmo acontece em outros momentos, sejam eles de tristeza, engraçados ou felizes, quando a intenção é destacar um elemento da cena.

Figura 6– Cenas que são exibidas entre as mudanças de bloco e assunto



Fonte: canal A Liga no Youtube

Ao longo dos episódios, as imagens são trabalhadas dentro do contexto de privação da liberdade. Em alguns momentos, a produção intercala imagens de dentro do presídio entre um bloco e outro. Essas imagens, servem como uma ponte que faz a ligação entre os presídios Geraldo Beltrão e Júlia Maranhão, por exemplo, além de também colaborar para a construção do cenário que é apresentado aos telespectadores. No entanto, pelo formato da produção ser bem próxima do gênero documentário, as imagens se concentram mais nos personagens e na história que é contada por eles, como mostram as figuras abaixo. Isso muda um pouco nos outros episódios, mas em “Viver para sempre na cadeia” as imagens procuram retratar o cotidiano dos personagens.

Cada assunto, ou bloco, é organizado dentro do episódio com a duração de, em média, cinco minutos. Dessa forma, a produção consegue intercalar as histórias e se aprofundar nas discussões que propõe. O tempo geral deste episódio é de 1h e 02 minutos.

Nas intervenções da edição, encontramos o destaque na organização do material. No início, uma espécie de *teaser* ou clipe anuncia as histórias que serão contadas ao longo do especial, principalmente, aquelas que mais surpreendem os telespectadores; como a fala de um preso sobre os estupros que cometeu. Além disso, a edição também intercala os momentos de fala dos repórteres, em que eles contam as experiências e impressões que tiveram das histórias que ouviram.

Outro recurso usado pela edição do programa são as frases ditas pelos presos que ganham tratamento visual e compõem uma espécie de “fotografia” que apresenta os principais personagens que cada história se propõe a contar. É dessa forma que identificamos os nomes das pessoas que estão sendo entrevistadas.

Contudo, apesar de utilizar legendas para nomes e indicar a sentença dos presidiários, ou os nomes das Penitenciárias, a edição não utiliza muitos elementos visuais para comprovar informações. Nesses casos, por exemplo, em que o repórter cita números relacionados ao universo do presídio, sua narração é acompanhada de imagens significativas ou subjetivas do presídio.

## 6. CONCLUSÕES

A relação do que é ofertado na televisão e a formação reflexiva da sociedade deve ser cuidadosamente estudada, pois pode influenciar diretamente nas expectativas e demandas do público. Partindo do ponto que se a televisão, um dos mais relevantes meios de comunicação do país, desconsidera determinado assunto, de que forma um cidadão pode lhe considerar importante? É claro que essa relação não é exatamente direta, mas, de acordo com estudos anteriores acerca do papel do jornalismo na TV, a omissão de determinados assuntos pode gerar à longo prazo o efeito de desinteresse por parte do público. O resultado disso é que há uma grande resistência em apostar em programas diferenciados, sejam eles educativos, informativos ou com um formato novo, por estar refém dos programas que já cativaram o público.

Neste contexto, é preciso destacar que *A Liga* é exibida fora do horário nobre, o que aponta para a possibilidade de as emissoras preferirem expor essas produções inovadoras e mais livres (tanto em formatos quanto em propostas de pauta) em horários não privilegiados. Dessa forma, identificamos uma postura das emissoras em aceitar e apostar nessas inovações até um determinado ponto, que parece ser aquele que não altere a dinâmica já estabelecida com seu público. Por isso, alocar estes programas em horários de baixa audiência, aponta para uma estratégia que se enquadra na lógica comercial que as orientam.

Contudo, a abertura para novos formatos trouxe também novas maneiras de se olhar a notícia. *A Liga*, que adota uma proposta de pauta diferente, com um formato mais parecido com o documentário, propõe a informação por uma nova perspectiva, na qual abrimos mão da percepção polarizada de um assunto e somos convidados a nos aproximar de realidades diferentes da nossa. A produção enquadrada como docudrama, ou seja, que utiliza elementos dramáticos para construir sua narrativa, oferece uma angulação diferente do que a maioria das produções jornalísticas. Esse fato pode ser melhor percebido na mudança de postura do programa em posicionar os personagens e os conflitos. *A Liga* não pretende denunciar ou levar aos

Figura 7 – Frase dita por Ivanildo ao longo do episódio



Fonte: canal A Liga no Youtube

telespectadores uma matéria correspondendo as exigências de valor notícia, mas sim, uma necessidade de compreender personagens que, muitas vezes, não possuem outros espaços de protagonismo frente às câmeras.

De maneira geral, as relações comunicacionais entre mídia e público são peças chave para a construção das estruturas sociais, desde as relações trabalhistas às afetivas. Esse modelo de comunicação não se molda ou se engessa à uma determinada faixa etária ou camada social, pelo contrário, as interfaces dos códigos, dos gêneros e formatos, signos, símbolos e dos significados se renovam à medida que nós nos renovamos.

## BIBLIOGRAFIA

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Ética pós moderna**. São Paulo: Paulus, 1997.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MARQUES DE MELO, José. **Televisão brasileira: desenvolvimento, globalização, identidade. 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção**. São Paulo: Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação; Cátedra Unesco/Memorial da América Latina, 2010.

MARQUES DE MELO, José. Prefácio. In: SOUZA, José Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

MARQUES DE MELO, J. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **La Comunicación Plural: alteridad y socialidad**. Lima: Felafaces, n.40, 1994.

MOTA, Célia. Imagens do Brasil: televisão e memória social. In: **60 anos de Telejornalismo no Brasil**. História, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

TEMER, Ana Carolina. A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal. In: **60 anos de Telejornalismo no Brasil**. História, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

THOMPSON, John. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## Reflexões sobre o Jornalismo de Dados: algumas interpretações sobre o blog brasileiro *Estadão Dados* na captura e tratamento de informações

### Reflections on data journalism: some interpretations on the Brazilian blog *Estadão Data* in the data mining and information processing

Myrian Del Vecchio-Lima<sup>143</sup>

Patrícia Pivoto Specht<sup>144</sup>

**RESUMO:** Este texto tem como objetivo interpretar, a partir de categorias analíticas, exemplos de postagens publicadas no *Blog do Estadão Dados* (ED), núcleo profissional do jornal *O Estado de S. Paulo*, um dos mais antigos periódicos da imprensa brasileira. Apresentam-se, primeiramente, aportes teóricos sobre o jornalismo de dados para ser possível refletir sobre os limites desta forma de garimpar informações correlacionadas e produzir notícias baseadas em estatísticas e no desenvolvimento de projetos de visualização de dados. Dentre os pontos analisados, podemos depreender que o blog ED não é planejado para matérias analíticas aprofundadas e que não foi verificada a presença de textos ilustrados por personagens, o que nos leva à reflexão sobre as possibilidades de um jornalismo de dados que vá além do instrumental, apontando para a produção de reportagens que abranjam aspectos sociais e humanos mais amplos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo guiado por dados. Jornalismo digital. Blog *Estadão Dados*.

**ABSTRACT:** This text aims to interpret, from analytical categories, examples of posts published in the Blog of *Estadão Dados* (ED), formed by professional team of the newspaper *O Estado de S. Paulo*, one of the oldest Brazilian press periodicals. First, we presented theoretical contributions on the Data Journalism to be able to reflect about the limits of this way of collect information and presenting news based on statistics and the development of data visualization projects. Among some points analyzed, we can claimed that the blog ED is not planned for in-depth analytical matters and that there was verified the absence of texts illustrated by personal sources, which leads us to reflect on the possibilities of a use of the Data Journalism that goes beyond the instrumental, pointing to news/stories production covering broader social and human aspects.

**KEY WORDS:** Data driven journalism. Digital journalism. Blog *Estadão Dados*.

#### DAS BASES DE DADOS AO JORNALISMO GUIADO POR DADOS

Assim como a checagem da informação, pedra angular do trabalho do repórter, que, ao se utilizar de potencialidades tecnológicas, passou a ser denominada *fact-checking*, seduzindo novas plateias, o jornalismo de dados também fascina novos ou experimentados profissionais e pesquisadores da área. Tornou-se, em anos recentes, um fenômeno midiático sobre o qual se passou a refletir e a investigar.

Não pretendemos aqui retomar discussões sobre os conceitos de dados, *big data*, algoritmos etc — já há vasta bibliografia que remete às bases da informática que deram origem ao fenômeno. Adentramos diretamente à relação dados e jornalismo, no âmbito das redes digitais do terceiro milênio, levando em conta que “jornalismo de dados” ou “jornalismo guiado por dados” é expressão de difícil e variada definição. Entretanto, há certo consenso de que fatores como os avanços da tecnologia digital; a Lei de Acesso à Informação, no caso brasileiro; e a atitude investigativa dos jornalistas tornam possível e promovem o Jornalismo de Dados.

Atualmente, os dados podem ser coletados/aspirados e “raspados”<sup>145</sup>, por meio de instrumental de pesquisa e utilização de softwares e técnicas digitais. Publicar dados numéricos nas matérias jornalísticas confere mais legitimidade aos

<sup>143</sup> Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal do Paraná – UFPR, com pós doutoramento em Jornalismo Digital pela Universidade Lumière Lyon2. Professora do PPGMade e do PPGCom da UFPR, Curitiba, PR, Brasil. E-mail: [myriandel@gmail.com](mailto:myriandel@gmail.com)

<sup>144</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: [patricia.specht@acad.pucrs.br](mailto:patricia.specht@acad.pucrs.br)

<sup>145</sup> A raspagem de dados é uma técnica em que um programa de computador extrai informações de uma interface feita para a leitura humana. No jornalismo, essa técnica é aplicada para extrair informações de páginas da Web e de documentos que não são organizados de forma estruturada (ESCOLA DE DADOS, s.p).

olhos do leitor, em especial quando os dados advêm de fontes institucionais ou oficiais (RODRIGUES, 2015). Como as informações se disseminam por vários sites e em documentos PDF de empresas privadas, do governo e do terceiro setor, a raspagem é oportuna para o jornalismo investigativo e para outras áreas jornalísticas especializadas: organizadas em formato estruturado, essas informações podem “descortinar possíveis irregularidades, correlações, levantar questões importantes e abrir caminhos para a produção de serviços e ferramentas úteis, educativas ou de entretenimento” (ESCOLA DE DADOS, s.p.).

Muitos pesquisadores consideram a área uma nova forma de linguagem, uma estética jornalística de dados, tal qual se poderia falar de uma estética televisiva ou cinematográfica; consultamos Barbosa (2008), que entende uma base de dados (BDs) a partir da visão de Lev Manovich, como uma forma cultural simbólica. Para Barbosa, “ele foi um dos primeiros a sistematizar elaborações teóricas acerca da ubiquidade das BDs, percebendo-as como lógica e estrutura para forjar boa parte dos objetos da nova mídia” (2008, p.3).

Na corrente representada por Träsel (2014), as evoluções e apropriações tecnológicas têm ligação direta com o jornalismo de dados, cujas práticas investigativas estariam alicerçadas nas possibilidades instrumentais dos aparatos tecnológicos. Entretanto, o uso de uma ferramenta digital também está profundamente conectada às inserções culturais e cognitivas dos indivíduos, e não apenas à disponibilização do instrumental técnico, ou no caso do jornalismo, à disponibilização direta de dados:

*Definir o JD pela dimensão tecnológica somente, por exemplo, implicaria em aceitar um argumento de natureza determinística: uma vez adotado o aparato técnico, estaríamos diante de uma necessária mudança no fazer jornalístico, no caso, uma mudança inexorável rumo ao JD. Nesse sentido, como a internet e os softwares tornaram-se aparatos acessíveis às redações, logo todo jornalismo com dados seria, necessariamente, Jornalismo de Dados, o que não nos parece correto (MANCINI, VASCONCELLOS, 2016, p. 71).*

Uma definição clássica é a de Gray *et al* (2014), que conceitua jornalismo de dados como um conjunto de “novas possibilidades que se abrem quando se combina o tradicional ‘faro jornalístico’ e a habilidade de contar uma história envolvente com a escala e o alcance absolutos da informação digital agora disponível” (GRAY *et al*, 2014, s.p). Importante ressaltar também outras duas divisões conceituais de jornalismo de dados: reportagens em que os dados guiam a construção da narrativa e são o próprio fundamento da pauta; ou publicações que utilizam dados como ilustração ou apoio, sem que sejam o foco da narrativa (MANCINI; VASCONCELLOS, 2016, p. 69).

Este artigo toma como pressuposto que é preciso ir além da coleta e da raspagem de dados que vão permitir a construção de pautas e matérias informativas investigativas. Este “ir além” significa adentrar no campo da análise dos fatos e fenômenos sociais e humanos que emergem dos dados levantados, produzindo um jornalismo guiado por dados que se desdobre em histórias humanizadas e implicações sociais.

Tal ação que requer, além da exposição dos dados, o exame atento e relacionado, não apenas com outros dados, mas também com aspectos e fenômenos humanos e socioeconômicos, é uma premissa que julgamos necessária para que tais práticas possam ser jornalísticas, entendendo-se jornalismo a partir da visão de Traquina (2008), como o relato à sociedade dos fatos de interesse público.

Ao colocar as bases de dados no âmbito deste entendimento, pode-se refletir que:

*O jornalismo começa e termina no mundo da experiência humana, e a matemática é apenas uma parte no meio. Algumas experiências jornalísticas usam melhor os dados do que outras, e há muitas coisas que você pode fazer com dados. [...] há espaço infinito para a criação (STRAY, 2014, s.p.).*

Stray (2014), aliás, organiza a prática do jornalismo de dados em quatro estágios: quantificação, análise, comunicação e ação. No primeiro, como “os dados não são algo que existe na natureza” (STRAY, 2014, s.p.), é preciso transformar a realidade em *dados quantificáveis*, como, por exemplo, transformar o número de pessoas desempregadas em dados sobre desemprego. No estágio da *análise*, os dados são transformados em conhecimento, quando o jornalismo de dados se aproxima da ciência reprodutível, baseado em matemática, estatística e lógica. A partir da análise e da produção de conhecimento, é preciso que haja uma *comunicação pública/social* para uma audiência, para que os dados extraídos da realidade e sua compreensão sejam capazes de atuar como agentes transformadores (*ação*). Essa comunicação é mais eficiente, muitas vezes, se os dados forem conectados a histórias humanas que trazem vida e profundidade aos números (STRAY, 2014).

## METODOLOGIA E ANÁLISE QUALITATIVA: UM OLHAR SOBRE O *ESTADÃO DADOS*

A partir do exposto, este artigo – de visada qualitativa – trabalha interpretativamente com exemplos, com o objetivo de ilustrar os limites desta forma de garimpar informações correlacionadas e apresentar notícias, a partir de algumas publicações do blog do *Estadão Dados* (ED), núcleo do jornal *O Estado de S. Paulo*<sup>146</sup>. Criado em maio de 2012, o blog foi concebido para “capturar e tratar informações usando técnicas estatísticas, algoritmos e formas visuais de apresentação. Além de organizar os dados, o produto final permite, na internet e nos tablets, que os usuários façam suas próprias análises. Para o jornal impresso, gera infográficos de última geração” (ESTADÃO, 2012). Escolhemos o *Estadão Dados* pelo fato de o núcleo manter uma equipe de Jornalismo Guiado por Dados (JGD) formalmente constituída, destinada ao tratamento e divulgação de conteúdo produzido a partir de dados.

Para compreender a apreensão e produção de conteúdo do blog, coletamos e analisamos material publicado no ambiente do ED em novembro de 2017. Apesar de termos consciência de que o blog produz material também para o jornal impresso e para reportagens do site, optamos por analisar somente conteúdo do blog. Em 9 de novembro de 2017, a *homepage* do canal apresentava oito seções: *Página Inicial*; *Sobre*; *Gráfico do dia*; *Permanentes*; *Séries*; *Eleições*; *96xSP* e *Projetos Especiais*. A *Página Inicial*, que funciona como capa, destacava gráficos publicados em outras seções, e o *Sobre*, com informações sobre a estrutura e missão do ED, não foram consideradas para análise. Os dados foram coletados das outras seis seções e, em função de o material disponível ser numeroso, coletamos a publicação mais recente de cada uma das seções, que apresentam as seguintes características:

Na seção *Gráfico do dia*, notou-se o predomínio de conteúdos que abordavam questões da cidade ou do estado de São Paulo, sede do jornal. A seção *Permanentes*, espaço para “séries estatísticas que serão constantemente atualizadas”, publicava, majoritariamente, gráficos de intenção de voto e desempenho de candidatos de eleições passadas. Focada em temáticas específicas, a seção *Séries* disponibilizava conteúdos como um gráfico sobre a mortalidade infantil no país, além de mapas a respeito da realidade da cidade de São Paulo. Novamente, a realidade paulistana era muito valorizada.

A seção *Eleições* apresentava 10 conteúdos, a maioria sobre a eleição presidencial de 2014. Na seção *96xSP*, o foco é exclusivamente os 96 distritos paulistanos. Os mapas exibem títulos como: “Moto é mais comum nas zonas Sul e Norte” e “Posse de carro ainda é dobro nas áreas mais ricas”. A *Projetos Especiais* publicava os principais projetos desenvolvidos pelo ED, com destaque para gráficos e mapas sobre política, cotas, religiões e biomas.

De cada uma das seis seções, coletamos, entre os dias 13 e 15 de novembro de 2017, o conteúdo mais recente, analisado com base na seguinte categorização: 1) Reelaboração de dados: há informação da metodologia utilizada para o tratamento/reelaboração dos dados? 2) Estrutura do conteúdo: o gráfico está acompanhado de texto ou *links* para material do site do veículo ou externo ao site do jornal? 3) Interatividade: o gráfico ou mapa permite interação do leitor, ou seja, ele pode personalizar a navegação e gerar seus próprios dados? Há como comentar ou compartilhar o conteúdo? 4) Contextualização/análise: há análise e contextualização dos dados por equipe do jornal ou por outra fonte consultada? 5) Humanização: há personalização da reportagem por meio de histórias ilustrativas?

### A ANÁLISE: POUCO CONTEXTO E NENHUM PERSONAGEM

Figura 1: Leitor pode compartilhar os conteúdos publicados no blog



Fonte: blog Estadão Dados

A análise dos conteúdos publicados revelou, inicialmente, diversos níveis de complexidade no tratamento dos dados apresentados em forma de infográficos e mapas nas seis seções constituídas como *corpus* do trabalho. Para facilitar a compreensão dos resultados, os dados e suas categorizações foram agrupados a partir dos conteúdos das seis seções.

1 - O primeiro conteúdo, “São Paulo, uma cidade dos anos 70” (16 abr. 2017 - *Seção Gráfico do Dia*), apresenta um mapa revelando a idade média das construções da cidade, com quatro cores representando as décadas de construção. Não há informação acerca da metodologia utilizada no tratamento dos dados. Em relação à segunda categoria, a da estrutura do conteúdo, destaca-se um *link* para a reportagem completa acerca do assunto, no portal do próprio *Estadão*. Na matéria, consta a informação da origem dos dados, ou seja, “levantamento inédito feito pelo *Estado* nos dados de cadastros da

<sup>146</sup> *O Estado de S. Paulo*, conhecido como *Estadão*, foi fundado em janeiro de 1875, como *A Província de São Paulo*. De orientação republicana, o veículo adotou o nome atual após a queda do regime monárquico e a instalação da República. Foi o primeiro jornal brasileiro vendido em bancas, nas ruas e por assinaturas.



prefeitura para cobrança do IPTU”. Não há links para conteúdos externos ao jornal.

Sob a ótica da interatividade, o mapa permite que o leitor aproxime e afaste as imagens dos bairros por meio da ferramenta de zoom. O leitor pode fazer comentários sobre o material, apesar de não haver nenhum postado. O usuário pode ainda compartilhar o conteúdo via Facebook, Twitter, Google +, LinkedIn ou então por e-mail, possibilidade existente em todos os conteúdos analisados (Figura 1).

No que diz respeito à dimensão da interpretação ou contextualização dos dados contidos no mapa, verificou-se a presença de um texto, assinado por dois jornalistas do ED, com uma pequena análise dos números, concluindo que na década de 1970 São Paulo viveu seu primeiro grande boom de verticalização. O maior esforço de contextualização e a análise dos dados, porém, encontra-se na reportagem completa sobre o assunto, onde aparecem fontes especializadas (urbanistas e arquitetos) e personagens, como comerciantes e moradores da cidade. Contempla-se aí, de forma bem clara, a humanização dos dados, com histórias pessoais ilustrando a realidade expressa em números no mapa. Ressalta-se, porém, que a reportagem não se encontra no ambiente do ED. O link do material está junto do mapa, abaixo do texto de apresentação.

Figura 2: integrante do ED interage com leitores no espaço dos comentários



Fonte: blog Estadão Dados

2 - Na seção *Permanentes*, o conteúdo “Veja o desempenho dos candidatos na média dos institutos” (20 ago. 2014) apresenta quatro gráficos produzidos a partir de dados de pesquisas sobre a eleição presidencial de 2014. Assim como no primeiro conteúdo, não há informação sobre metodologia no tratamento dos dados, mas os institutos de pesquisa que geraram os dados primários são informados abaixo de cada gráfico, que podem ser visualizados pelo leitor — mas não há link para reportagens relacionadas. O destaque fica por conta da categoria interatividade, já que os gráficos apresentaram o maior número de comentários dos leitores entre os conteúdos do corpus examinado. Há 19 comentários, sendo que três deles são respostas de Rodrigo Burgarelli, integrante da equipe do ED, o que indica que a presença do jornalista interagindo com os leitores pode estimular a participação (Figura 2).

Em relação à contextualização e análise dos dados, foram encontradas apenas breves explicações, espécies de legendas, sobre alguns elementos dos gráficos. Não há textos ou explicações contextualizadas sobre o desempenho dos candidatos, refletido nos números apresentados. Não há também nenhum tipo de história ou ilustração acompanhando o conteúdo.

3 - A falta de contextualização também está presente no conteúdo da seção *Séries*, “Uma análise visual do crescimento da economia” (30 ago. 2013), com cinco gráficos/tabelas sobre o desempenho da economia em 2013. Abaixo de cada gráfico há análises superficiais sobre as tendências de avanço ou retrocesso do crescimento, sem que se abordem as razões conjunturais das mudanças. Assim como não há textos analíticos, também não há o uso de personagens ilustrativos. A fonte dos dados primários é indicada como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com elaboração do ED. Também não se indicou a metodologia utilizada para manipulação dos dados e nem link para material externo. No que diz respeito à interatividade, o único recurso disponível é que o leitor pode posicionar o mouse em determinado ponto do gráfico/tabela e ver surgir a informação estatística daquele local. Não há nenhum comentário postado sobre o assunto.

4 - O material da seção *Eleições*, “A novidade mais relevante das eleições de 2016 é o encolhimento do PT” (2 set. 2016), composto por dois mapas do Brasil e três gráficos, apresenta link de matéria da editoria de Política do site, que traz explicações sobre a redução de candidaturas do PT e análise do isolamento do partido nas disputas pelas prefeituras. O maior investimento em análise e a contextualização dos dados, portanto, está novamente fora do ambiente do blog. Acima de cada um dos três gráficos, porém, há um texto resumido que dá uma breve explicação dos dados. Em relação à interatividade, o leitor pode fazer buscas por cidades nos mapas e aumentar a visualização do material, que compara, a partir do uso de duas cores, as cidades onde o PT lançou candidato em 2012 e em 2016. Não há indicação de metodologia no tratamento dos dados e nem de fontes. Também não há comentários de leitores.

Figura 3: conjunto de mapas explora características dos bairros paulistanos



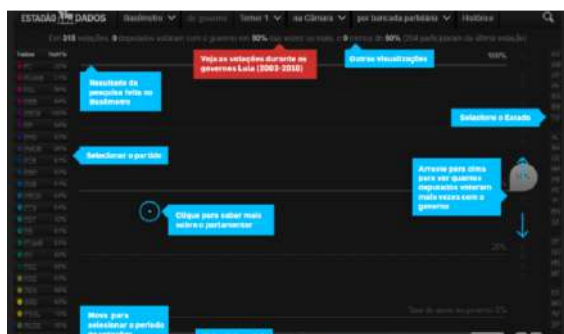
Fonte: blog Estadão Dados

5 - No caso da seção *96xSão Paulo*, é preciso considerar que o mapa eleito para análise, *Mais moto no bairro aumenta o risco de morrer no trânsito*, (30 jun. 2013) integra um conjunto de 25 mapas que abordam temas variados da realidade paulistana (Figura 3), como concentração de migrantes, estrangeiros, mães solteiras, bairros com maior e menor concentração de celulares etc. Consta a informação de que o material foi elaborado a partir de tabulações especiais da amostra do Censo 2010 (Ibope em parceria com o ED). Não há nenhuma reportagem analítica no espaço, nem vinculada ao material por meio de links.

Ao navegar pela seção, verificou-se que os mesmos recursos são usados em praticamente todos os mapas, com destaque para o uso de cores (tonalidades mais fortes indicam sempre números mais elevados) e o buscador de bairros. Outro recurso interativo é que, ao clicar nos bairros, é possível visualizar informações sobre o conteúdo do mapa. Há dois comentários de leitores.

6 — O *Basômetro*, da seção *Projetos Especiais* (data de publicação não informada no blog), destacou-se na análise de praticamente todas as categorias, pelas possibilidades de navegação (Figura 4) e pelo conteúdo extra disponível em forma de texto, vídeos e links com análises. Em relação à elaboração dos dados, o *Basômetro* constitui uma ferramenta interativa que permite medir o apoio dos parlamentares ao governo e acompanhar sua posição nas votações legislativas. Junto do material foi publicado o texto *Entenda como foi feito o Basômetro*, que explica a origem do projeto e dados a serem obtidos, além de dicas de navegação. Explica-se no blog que o instrumento se inspirou no projeto *Camaraws*, do Grupo de Estudos de Software Livre da Poli-USP (PoliGNU), que usou os resultados de votações na Câmara dos Deputados para avaliar o grau de semelhança entre os partidos. Um link leva o leitor à página do PoliGNU. O texto informa que os votos dos parlamentares do *Basômetro* foram obtidos nos sites da Câmara dos Deputados e do Senado, considerando-se todas as votações nominais, as únicas em que o voto individual é computado.

Figura 4: recursos interativos do Basômetro



Fonte: blog Estadão Dados

Em relação à interatividade, o *Basômetro* permite que o usuário faça análises próprias e compare a atuação das diferentes bancadas partidárias. Destaca-se ainda a presença de 16 “Links relacionados”, a maioria com matérias analíticas geradas pelo cruzamento de dados do *Basômetro*. Havia análise dos dados obtidos no *Basômetro* nesse material, sem, portanto, a presença de personagens ilustrativos. Não foi verificada a existência de nenhum link que levasse o leitor a conteúdo fora do ambiente do jornal. Criado em 2012, o instrumento estava atualizado, com dados de novembro de 2017.

Além disso, há vídeos tutoriais publicados no *Basômetro*. Um deles explica como usar os recursos da ferramenta e outro ensina o leitor a fazer um cruzamento de dados para analisar como o governo perde apoio de deputados na Câmara até 2012.

*No caso do Basômetro, houve uma preocupação nossa de não dar a ferramenta, simplesmente, sem o contexto. A gente fez várias reportagens em cima dele, então todo o contexto foi cuidado. O blog não, porque é algo mais dia-a-dia mesmo. Mas nossos projetos mais de fôlego, apostas de reportagens mesmo, a gente não faz só o gráfico. O gráfico é uma das etapas da reportagem, que também tem texto, tem análise, tem interpretação. O contexto eu acho importante. Acho que, realmente, o jornalismo de dados não é só gráfico e visualização, é reportagem. É como entrevistar o número: tem que mostrar o que é importante, o que deve ir para o lide, o que deve ir pro sublide (BRAMATTI citado por TRASEL, 2014, p. 223).*

O que se depreende da observação dos seis conteúdos do blog ED é que o ambiente não é planejado para matérias analíticas aprofundadas. As reportagens completas vinculadas aos conteúdos do blog, quando existentes, talvez contemplem esse aspecto, mas não foi objetivo desse trabalho analisá-las. Também não foi localizado no blog nenhum tipo de texto ou análise ilustrado por personagens.

Em relação às fontes dos dados manipulados pelo jornal para a produção dos gráficos e mapas, cinco dos seis materiais analisados revelaram de onde se originou o conteúdo bruto, ou seja, IBGE, outros institutos de pesquisa, prefeitura etc. O que nenhum fez foi publicar junto ao conteúdo o material bruto, prática seguida por alguns jornais com tradição em jornalismo de dados, como o *Guardian Data Store*, seção do website do jornal britânico *The Guardian* na qual a redação oferece ao leitor a possibilidade de acessar e reutilizar as bases de dados completas usadas na produção do noticiário.

*No caso do JGD, o acesso às bases de dados originais permitiria à audiência e a outros repórteres realizar suas próprias análises e julgar a validade das conclusões deles derivadas por uma determinada peça jornalística. Ao criar empecilhos à revisão por pares, estariam falhando em observar os princípios da objetividade mecânica e, principalmente, impedindo a construção de uma objetividade disciplinar. [...] a falha em incentivar a revisão por pares se mostra um fator de geração de tensões entre os profissionais envolvidos com essas práticas (TRASEL, 2014, p. 128).*

No que diz respeito às ferramentas de interatividade, verificou-se que as possibilidades disponíveis ao leitor são variadas. Enquanto alguns conteúdos permitem que o usuário faça combinações e extraia informações inéditas, outros oferecem possibilidades mais limitadas, como aproximar e afastar a imagem do mapa e obter dados estatísticos, posicionando o *mouse* no local desejado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo tentou apontar para a importância de o jornalista e, por consequência, do jornalismo contemporâneo, “ir além” do instrumental que permite a obtenção e agrupamento de dados, ou mesmo de sua reelaboração, utilizando o potencial das tecnologias para oferecer melhor contextualização ao leitor sobre o fato em investigação; proporcionar clareza sobre como as informações foram obtidas e tratadas; fornecer possibilidades para o leitor aumentar sua interpretação sobre o assunto em pauta, cruzar os dados obtidos com outras fontes ou jornalistas; e, finalmente, chegar à humanização da reportagem, devolvendo a ela o caráter social, cultural e humano que toda boa estória jornalística merece.

Entretanto, pode-se questionar que essa valoração que confere foco ao humano dificilmente caberia em narrativas mais curtas, no formato de notícias diárias. Por outro lado, não é possível se falar em jornalismo, do ponto de vista de sua função social, sem o colocar como expressão do humano, ao dar sentido a fatos e acontecimentos que permeiam a realidade social e o cotidiano das populações. E isso continua a valer mesmo em época da possibilidade de máquinas (robôs) produzirem notícias a partir de conteúdos, informações e dados disponíveis em rede.

Cientes de que a análise se restringiu a um núcleo de base de aproveitamento de dados, o blog do *Estadão Dados*, que pode expandir a organização informativa para matérias mais aprofundadas e reportagens em outros espaços do jornal impresso ou do site *Estadão.com*, pudemos, entretanto, concluir sobre alguns pontos relativos ao uso da técnica de jornalismo de dados no blog em questão. Detectamos três lacunas: falta de personagens; falta de adensamento humano e social; e ainda pouca clareza em termos de metodologia, elemento fundamental na prática do jornalismo.

Em razão disso, não é possível deixar de refletir sobre a validade ou função jornalística de um repositório de conteúdo produzido a partir de dados que não fornece, em sua maior parte, elementos para a compreensão global do material informativo, como análises contextualizadas e personagens. A função do ambiente nos parece ser muito mais reunir o material produzido pelo ED do que informar de maneira jornalisticamente adequada. Do ponto de vista de um jornalismo produzido de forma a gerar debate e a informar de maneira abrangente e crítica, ainda há um caminho a ser percorrido. Esse trabalho espera ter fornecido pistas nesse sentido e pretende avançar para o mesmo tipo de análise em reportagens mais longas geradas a partir do que se chama hoje “jornalismo guiado por dados”.

## REFERÊNCIAS

ESTADÃO DADOS. *Estadão Dados une transparência e interatividade*. 12 mai 2012. Recuperado em 29 outubro, 2017, de <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,estadao-dados-une-transparencia-e-interatividade,872163>.

BARBOSA, S. (2008). *Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração*. Recuperado em 22 dezembro, 2017, de [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008\\_Barbosa\\_RedUCMx.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008_Barbosa_RedUCMx.pdf).

ESCOLA DE DADOS. Recuperado em 29 outubro, 2017, de <https://escoladedados.org/manual/cursos/raspagem/raspagem-jornalismo-de-dados/>.

GRAY, J.; BOUNEGRU, L. e CHAMBERS, L. (2014). *Manual de Jornalismo de Dados*. Recuperado em 18 novembro, 2017, de <http://datajournalismhandbook.org/pt/>.

MANCINI, L.; VASCONCELLOS, F. Jornalismo de Dados: conceito e categorias. *Fronteiras*, São Leopoldo, Unisinos: n. 18, jan./abr. 2016. Recuperado em 31 outubro, 2017, de <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2016.181.07/5300>.

RODRIGUES, K.D.C. (2015). Jornalismo de Dados: influência da construção narrativa no agendamento midiático. In: BULHÕES, M.; MORAIS, O.J. *Ciências da Comunicação: Circularidades Teóricas e Práticas*. Sarapuí, SP: OJM Casa Editorial.

STRAY, J. (2014). The Data Journalist's Eyes: an Introduction. *Tow Center for Digital Journalism*, 18 set. 2014. Recuperado em 18 setembro, 2014, de <https://towcenter.org/the-data-journalists-eye-an-introduction/>.

TRAQUINA, N. (2008). *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.

TRÄSEL, M. (2014). *Entrevistando planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil*. Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

# Telejornalismo e ditadura militar: a ressignificação do passado pela maior rede de TV do Brasil

## Telejournalism and military dictatorship: the re-signification of the past by the largest TV network in Brazil

Christina Ferraz Musse<sup>147</sup>

Humberto Viana<sup>148</sup>

**RESUMEN:** No ambiente competitivo da imprensa contemporânea frente à ascensão das redes sociais como meios através dos quais, cada vez mais, o público se informa, veículos de comunicação tradicionais, como a TV aberta, têm elaborado estratégias para manter ou recuperar sua reputação junto à audiência, através da defesa da qualidade do conteúdo jornalístico veiculado. No caso específico da Rede Globo de Televisão, a maior do Brasil, se tornou indispensável recuperar a confiabilidade do público, através de narrativas de rememoração, que deslocam o perfil da emissora de aliada da ditadura militar brasileira (1964/1985) para vítima, ou antagonista. Para demonstrar os artifícios narrativos usados para tal fim, analisaremos o programa “Especial Globo 50 Anos”, a série de cinco episódios do “Projeto William Bonner no JN”, e a supersérie “Os dias eram assim”, baseados nos estudos de memória e na metodologia de análise crítica da narrativa.

**PALAVRAS CLAVE:** Telejornalismo, ditadura, memória

**ABSTRACT:** The environment of the contemporary press has become competitive with the rise of social networks, which are more and more used by the public. In this setting, traditional means of communication, such as the open TV, have elaborated strategies to protect or regain its reputation with the audience by protecting the quality of news content aired. In the case of the *Rede Globo de Televisão*, the largest in Brazil, it has become indispensable to recover the reliability of the public. This was done through narratives of remembrance, which shift the profile of the broadcast from ally of the Brazilian military dictatorship (1964/1985) to victim or antagonist. To demonstrate the narrative artifacts used for this purpose, based on memory studies and the methodology of critical analysis of the narrative, we analyze the program “*Especial Globo 50 Anos*”, the five-episode series “*Projeto William Bonner no JN*”, and the serie “*Os dias eram assim*”.

**KEYWORDS:** Telejournalism, dictatorship, memory

### INTRODUÇÃO

O tema central deste trabalho é a análise das estratégias narrativas do telejornalismo da Rede Globo de Televisão para ressignificar a sua história, em especial a sua relação com os militares, durante os 21 anos da ditadura. A maior rede de televisão do Brasil foi inaugurada em abril de 1965, no Rio de Janeiro, onde o “doutor” Roberto Marinho já era dono de um jornal e de uma rádio. À época, a principal rede de comunicação do país, incluindo jornais, revistas, rádios e emissoras de TV pertencia ao empresário e jornalista Assis Chateaubriand, que morreria em 1968. O fim do império de Chatô que, como quase toda a grande imprensa, havia apoiado o golpe civil-militar de 1964, coincide com a ascensão da Globo, empresa muito mais afinada com os propósitos dos militares que, apesar de um intenso nacionalismo, estavam totalmente abertos ao capital internacional.

Na década de 1960, o Brasil se urbanizava, e a televisão, inaugurada no país em 1950, por Chateaubriand, tornar-se-ia o veículo mais estratégico para formar a opinião pública, principalmente das classes médias em ascensão. Os propósitos do governo militar, baseados na doutrina de Segurança Nacional e em um projeto de integração de todo o país, casaram-se perfeitamente com os interesses do grupo privado, que recebeu orientação e recursos norte-americanos. Na nascente TV Globo, a combinação de entretenimento (programas de auditório e telenovelas) com o telejornalismo (o primeiro telejornal a atingir todo o território brasileiro foi o “Jornal Nacional”, JN, em 1969) selou o sucesso do meio eletrônico que só mais recentemente enfrenta o poder da concorrência da web.

Durante o período militar, o conglomerado da Globo cresceu de forma vigorosa, com acesso fácil a financiamentos, sem o limite de uma legislação para regular e cercear a formação de oligopólios, com o uso intensivo de tecnologia de ponta,

<sup>147</sup> Christina Ferraz Musse. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), pós-doutora, Brasil, cferrazmusse@gmail.com.

<sup>148</sup> Humberto Viana. Aluno do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), mestrando, Brasil, beto92beto@gmail.com.

e o domínio da linguagem televisiva. Apesar da censura, e de algumas pressões dos militares, a empresa se desenvolveu nos 21 anos do regime de exceção, porém teve que se preparar para a abertura política e a redemocratização dos anos 1980. Apesar de ter continuado a crescer, foi acusada de se render aos propósitos da ditadura, e com a ascensão da esquerda ao poder, mesmo continuando a ter a hegemonia da audiência, foi taxada de colaboracionista e parcial, principalmente no seu telejornalismo.

Sempre na mira dos movimentos populares, dos partidos de esquerda, da intelectualidade e do meio acadêmico, o telejornalismo da Globo passou a ser o alvo preferencial das críticas dos formadores de opinião. Com as redes sociais, a situação ficou incontrolável, e, portanto, foi preciso gerenciar o passado e a memória. Este artigo tem o objetivo de analisar três produtos televisivos para entender como a empresa tem ressignificado o seu passado, em especial no período da ditadura militar. Para tanto, serão analisados o “Especial Globo 50 Anos”, a série de cinco episódios do “Projeto William Bonner no JN”, e a supersérie “Os dias eram assim”.

## OS “SENHORES” DA MEMÓRIA

Para Andreas Huyssen (2000), não é mais possível pensar em qualquer trauma histórico como uma questão ética e política séria sem levar em conta os múltiplos modos com que ele está agora ligado à mercadorização e à espetacularização em filmes, museus, docudramas, sites da internet, livros de fotografia, histórias em quadrinhos, ficção, e até contos de fadas e música popular. Esta disseminação da memória é ampla, tanto geográfica quanto politicamente, podendo inclusive ser usada, por exemplo, como mecanismo de legitimação, na “americanização do holocausto” (Huyssen, 2000) ou no abrandamento das perigosas relações entre meios de comunicação e ditaduras na América Latina.

É importante perceber que os discursos cronologicamente situados no passado constroem o presente, uma vez que “[...] a linguagem que articula e sustenta a memória, já por si só inoculadora de valores institucionais, é modelada para reelaborar o passado através do presente” (Motter, 2001, p. 2). Dessa forma, os programas de rememoração estimulam uma memória nacional, que não é espontânea. As lembranças, os esquecimentos e os silêncios de uma narrativa revelam mecanismos de manipulação da memória coletiva.

Le Goff (1996, p. 141) resume muito bem tais pretensões. Segundo ele, “[...] tornar-se senhores de memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram ou dominam as sociedades históricas”. Por isso, a partir do momento em que a Rede Globo desenvolve programas para rememorar sua trajetória institucional, os telespectadores têm contato com o passado recriado à luz de um contexto de produção, com toda a complexidade que isso possa representar.

As empresas contemporâneas têm entre suas principais preocupações a preservação memorialística da trajetória institucional. Os centros de memória são um espaço relativamente recente, datados dos anos 2000, e utilizados principalmente como estratégia de gestão, como potencializadores de um lugar de fala pautado por experiência e tradição.

Assim, a Rede Globo, desde a década de 1990, desenvolve o “Projeto Memória Globo”, marcado por uma série de iniciativas das empresas de comunicação do grupo da família Marinho, buscando preservar a memória dos veículos que as compõem. Segundo a emissora, por meio de seu site, os integrantes do projeto fazem diversas entrevistas e pesquisas para a obtenção de informações. Dentre os frutos do trabalho do grupo, destacam-se vários livros.

Além desses produtos, a emissora também produziu especiais em comemoração ao seu aniversário de fundação. E, em todos os anos, desde 1967, leva às telas o programa de retrospectiva anual, que busca salientar a onipresença da Globo nos vários acontecimentos mundiais. As publicações e os produtos audiovisuais citados demonstram que a preservação da memória do grupo Globo possibilitou ganhos mercadológicos importantes, e também a delimitação de um lugar simbólico na sociedade brasileira.

Segundo Pazin (2015), embora seja nova a ideia de que a memória de uma organização possa ser utilizada como estratégia para sua administração, ao longo dos anos, ela tem sido percebida como um fator importante para a reputação das organizações, ao demonstrar como os valores e a missão institucional podem ser responsáveis pelo fortalecimento de sua imagem junto ao público externo. Portanto, rememorar a trajetória de uma instituição, para além de uma necessidade atual, tal como demonstrou Huyssen (2000) e Nora (1995), é uma ferramenta de construção simbólica considerada eficiente e importante.

Assim, os meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, introduzem novos e importantes elementos na vida política e social ao tornar disponível aos indivíduos imagens e informações de acontecimentos e de lugares muito além de seus ambientes sociais imediatos. Dessa forma, a mídia fornece ao sujeito novas experiências (experiências mediadas), novos sentidos de pertencimento (sociabilidade mediada) e sentidos de passado (historicidade mediada) (Thompson, 2009). Oferece, também, recursos simbólicos que atuam como possibilidades para a construção de um saber sobre si. Se, antes da mídia, uma das formas de obter sentidos para a formação das identidades era a interação face a face, com o avanço dos meios de comunicação, as informações passaram a chegar ao sujeito por meio das mediações.

Os três programas, objetos deste artigo, são característicos das preocupações institucionais da contemporaneidade e fomentam a exaltação da emissora perante a sociedade que lhe assiste. Os programas rememoram, cada um à sua maneira, a atuação da Globo ao longo de cerca de 50 anos. A produção televisiva revela o que Nora (1995) discute em seu texto sobre a relação entre os meios de comunicação e a construção histórica. Segundo ele, os acontecimentos históricos são fruto da mediação feita pelos meios de comunicação, o que quer dizer que só se torna histórico aquilo que se faz conhecer por meio deles. “[...] Imprensa, rádio, imagens não agem como meios dos quais os acontecimentos seriam relativamente independentes, mas como a própria condição de sua existência” (NORA, 1995, p. 181).

### A REMEMORAÇÃO QUE PASSA A LIMPO O PASSADO: “ESPECIAL GLOBO 50 ANOS”

No dia 26 de abril de 2015, a maior empresa de comunicação do Brasil, a Rede Globo, completou 50 anos da sua fundação. O contexto de seu cinquentenário permitiu à emissora produzir uma gama de programas, a fim de exaltar sua importância perante a sociedade brasileira (Viana, 2017). Um desses programas, “Especial Globo 50 Anos”, fez um retrospecto da trajetória da emissora por meio de um show com a narração dos jornalistas Pedro Bial e Fátima Bernardes. O programa foi exibido na noite de sábado, dia 25 de abril, e contou com a participação de todos os departamentos da emissora.

O especial de uma hora e vinte e quatro minutos exaltou aquilo que, pelos critérios da Divisão de Entretenimento, foi considerado como memorável. No âmbito desta análise, interessa-nos em especial destacar:

- i) A apresentação e a narração do programa é feita por dois dos principais jornalistas da emissora, Pedro Bial e Fátima Bernardes, ao estilo que consagrou a cobertura jornalística dos grandes desfiles das escolas de samba paulistas e cariocas. Eles falam de Roberto Marinho, criador da TV: um “apaixonado pela informação, um apaixonado pelo Brasil” (segue um clipe com imagens jornalísticas/documentais da construção e inauguração da TV Globo do Rio de Janeiro, com trilha sonora, em BG<sup>149</sup>, usada nos especiais de fim de ano da emissora);
- ii) O primeiro quadro do programa mostra três comediantes que datilografam em máquinas de escrever: eles são os solistas de uma peça musical, que usa o som das máquinas como o de um instrumento. Nos telões, ao fundo do palco, aparecem imagens do jornal “O Globo”, que anunciam a inauguração da mais nova emissora de TV do país;
- iii) As vozes de Carlinhos Brown e Deni, acompanhadas pela percussão da Timbalada, entoam “Parabólicamará”, de Gilberto Gil. Este é o único quadro que faz menção explícita ao jornalismo. Os apresentadores se alternam lendo o seguinte texto: “O ‘Jornal Nacional’ foi o que permitiu que o Brasil inteiro se unisse em rede. A partir daquele momento, algo que acontecesse em qualquer lugar do país ou do mundo poderia ser visto de norte a sul, de leste a oeste”. Na sequência, os três acontecimentos que resumem este conceito: a primeira cobertura internacional, com Hilton Gomes, em Cabo Canaveral, na Flórida, Estados Unidos, em 1969, na expectativa do lançamento do foguete que iria levar o homem à lua; o correspondente Sílio Boccanera narrando a queda do muro de Berlim, em 1989, e Cid Moreira, na bancada do “Jornal Nacional”, anunciando a cobertura do comício das “Diretas Já”, na Candelária, no Rio de Janeiro, em 1984. Chama-nos especialmente a atenção o destaque dado pelo programa ao comício, que sugere o alinhamento da emissora com a democratização do país, deixando nas sombras o envolvimento da empresa com a ditadura militar.

Também é importante destacar um outro momento do programa especial, em que são lembradas minisséries produzidas pela emissora, que contaram e recontaram a história do Brasil e “que demonstraram pelo seu sucesso como o povo brasileiro gosta da história do Brasil, como é que foi o processo de construção desta nação, aliás, processo que continua em andamento”. Os locutores, que se alternam, anunciam: “A história política do Brasil: ‘JK’... ‘Anos rebeldes’... Os ‘caras-pintadas’, protagonistas de um movimento que culminou com o *impeachment* de um presidente e que, sim, foram influenciados por uma minissérie: ‘Anos rebeldes’. É a televisão não apenas narrando a história, mas fazendo a história”. As palavras dos apresentadores sintetizam como, neste caso, a ficção narra para a audiência os acontecimentos que, segundo a indústria cultural, têm o status de serem considerados históricos. Além disso, esses acontecimentos são rememorados de acordo com a lógica narrativa do espetáculo, em que conflitos se sucedem até chegar ao clímax e posterior desfecho.

### OS JORNALISTAS E A CONSTRUÇÃO NARRATIVA DO PASSADO: “PROJETO WILLIAM BONNER”

Entre as atividades comemorativas dos 50 anos da Rede Globo de Televisão, ganhou destaque, no horário nobre da emissora o “Projeto William Bonner”<sup>150</sup>, exibido na penúltima semana de abril de 2015, em cinco episódios, que ocuparam um bloco do “Jornal Nacional” (JN), o de maior audiência da emissora, e o primeiro, como foi citado anteriormente, a ser transmitido ao vivo simultaneamente para todo o Brasil, para contar algumas das histórias vividas por 16 jornalistas da emissora.

Na cenografia do estúdio, encontram-se algumas chaves de leitura para o que vai ser narrado:

<sup>149</sup> BG é a sigla para *back ground*, termo utilizado na sonoplastia radiofônica e audiovisual.

<sup>150</sup> William Bonner é editor-chefe e apresentador do JN.

*O estúdio montado especialmente no Projac<sup>151</sup> tem o formato de uma ágora, onde os jornalistas estão dispostos em dois semi-círculos. No centro, como um tótem, um pedestal exhibe a logomarca da emissora, muito colorida. Na coluna octogonal que sustenta a logomarca, aparecem várias pequenas telas de TV de plasma. Em painéis espalhados pelo fundo do cenário, frames ou quadros de imagens de diversas reportagens que fizeram época. O estúdio é branco e, ao fundo, aparecem as palavras jornalismo, história e emoção [grifo nosso], em trabalho efetuado pela pós-produção (Musse & Thomé, 2015, p.69).*

No espetáculo de rememoração, é possível se reconhecer as disputas simbólicas que estão impregnadas em cada narrativa. Assim, podem-se identificar as opções editoriais que vão produzir no espectador a visão de um mundo, que não é o “real”, mas a representação deste “real”, efetuada pela mediação da linguagem:

*É de se notar que nenhum relato menciona o continente africano, nem quando a temática são os desastres naturais, os grandes eventos esportivos, ou o terrorismo, que caracterizam as reportagens que retratam a Ásia. A América Latina só é lembrada durante a guerra das Malvinas e a Copa do Mundo da Argentina (Musse & Thomé, 2016, p. 71).*

Os relatos estão impregnados pela subjetividade e pelo jogo sutil entre lembrança e esquecimento. Entre os “senhores da memória”, aqueles 16 jornalistas escolhidos para rememorar, apenas quatro mulheres, em um cenário dominado pelos homens; apenas dois negros, em ambiente dominado pelos brancos.

Na abordagem da primeira década, 1965 a 1974, praticamente nenhuma menção a fatos que desabonem a trajetória da emissora ou a de seu jornalismo. “Os depoimentos de Roberto Irineu Marinho, Armando Nogueira e Ronan Soares destacam as dificuldades da imprensa diante das limitações da censura, sem fazer qualquer menção à relação delicada entre a Globo e os militares” (Musse & Thomé, 2016, p. 74).

Da mesma forma, o episódio que trata do período de redemocratização, de 1975 a 1984, dedica grande parte do tempo a mostrar os grandes comícios que tomaram conta do país, sem que se detenha sobre a tardia “entrada” da emissora na cobertura do movimento das “Diretas Já”. O apresentador é categórico: as imagens estavam lá, embora a chamada do então locutor Marcos Hummel só contemplasse as comemorações do aniversário da capital paulista e a reportagem de Ernesto Paglia só abordasse a manifestação em sua metade final. Bonner sugere que o espectador interessado consulte mais detalhes sobre a polêmica no portal “Memória Globo”<sup>152</sup>.

Nos outros períodos históricos rememorados, 1985 a 1994, 1995 a 2004, e 2005 a 2015, os programas celebram a vocação da emissora para as grandes coberturas, suas isenção e eficiência. Ao assistir a este grande espetáculo de rememoração, é muito concreta a percepção de que as imagens que os brasileiros têm de seu país e do mundo passaram pela telinha da Globo. “A nossa memória se confunde com o que a Globo mostrou. O problema é aquilo que ela não mostrou, por falta de condições técnicas, recursos humanos, conveniência ou desejo político” (Musse & Thomé, 2016, p. 82).

## **JORNALISMO, FICÇÃO E A REMEMORAÇÃO: “OS DIAS ERAM ASSIM”**

No dia 17 de abril de 2017, a Rede Globo de Televisão estreou a supersérie de ficção “Os dias eram assim”, que narra a história de amor entre os protagonistas Renato Reis e Alice Sampaio, no período que vai de 1970 a 1988. O roteiro tem todos os ingredientes do folhetim e do melodrama, porém, aqui, o que nos interessa não é a simples evolução do conflito, mas a forma pela qual, ao misturar o relato ficcional a conteúdos jornalísticos, a emissora consegue ressignificar a sua participação na história recente brasileira.

*Na supersérie “Os dias eram assim”, a televisão aparece muitas e muitas vezes: na maior parte delas, como o arauto que anuncia o que é importante “saber”. A televisão surge como objeto de decoração, que ocupa lugar privilegiado na sala de estar, em torno do qual, a família se reúne para ver o mundo e que, ao longo da história, vai ficando leve, portátil, ocupando o espaço dos quartos e outros ambientes domésticos (Musse, Viana & Magnolo, 2017, p. 11).*

Na supersérie, as imagens de arquivo fotográficas e audiovisuais (em película ou fita magnética) são usadas em três planos da história (Motta, 2013) : (i) no plano da expressão da história, isto é, nas vinhetas de abertura, passagem e encerramento; e nas cenas de transição de tempo e lugar; (ii) no plano da história (conteúdo, enredo e intriga), na contextualização e marcação de tempo; e, especialmente (iii) no plano da metanarrativa (tema, fábula, modelos de mundo) na narração do espaço e do tempo. Neste último caso, as imagens de locutor ao vivo no estúdio, *offs* de repórter, entrevistas e trilhas sonoras do telejornalismo atuam como condutores da história, misturadas às cenas de ficção, criando um efeito de real capaz de ressignificar a temática tratada.

<sup>151</sup> O Projac é o Centro de Produção da Rede Globo, na zona oeste do Rio de Janeiro.

<sup>152</sup> O portal “Memória Globo” (<http://www.memoriaglobo.globo.com>) apresenta varias informações sobre a emissora e tem uma aba identificada como “Erros”. Acessando este espaço, é possível conhecer os episódios sobre os quais a emissora reconhece ter errado na sua cobertura jornalística. São dois episódios: as “Diretas Já”, em 1984, e o “Debate Collor X Lula”, em 1989.

Em especial, na sequência dos capítulos da semana dos dias 12 a 16 de junho de 2017, que tratam dos comícios das “Diretas Já”, em 1984, é possível observar a narrativa híbrida que nos dá a percepção de que a emissora teria estado permanentemente em alerta, cobrindo todos os episódios importantes para a volta da democracia ao país. Se o comício da Praça da Sé, em São Paulo, é rememorado na ficção de forma a ser ressignificado, já que a edição da matéria jornalística com o roteiro ficcional elimina a omissão original da cobertura, de 1984, a preparação e a realização do comício da Candelária, no Rio de Janeiro, são exibidas com riqueza de detalhes da participação das equipes de jornalismo da emissora, o que coincide com um dos pontos de virada da história, quando os protagonistas, separados por anos, voltam a se reencontrar.

*O tema do comício da Candelária se estende por mais de uma semana, desde a mobilização para o acontecimento, até sua realização, que se confunde com o reencontro dos protagonistas. Não por acaso: Alice vê Renato pelos olhos de sua câmera fotográfica, na última cena do dia 16, que antecipa a emoção do reencontro, que é deixada para segunda-feira, isto é, o gancho narrativo criado é mais forte, para manter a atenção do espectador (MUSSE et al., 2017, p.21).*

É importante ressaltar a hibridização de jornalismo (estratégias de objetivação) e ficção (estratégias de subjetivação) nessas cenas, um artifício narrativo que permite à emissora ressignificar a sua atuação na história recente do país. Os fatos rememorados em um molde melodramático promovem a identificação do espectador com o narrado, humanizando os fatos brutos e promovendo a sua compreensão como dramas e tragédias humanas. “Ao mesclar a narrativa ficcional às imagens documentais, em especial aquelas dos telejornais da própria emissora, a empresa se posiciona como a grande testemunha do passado recente do país, guardiã da memória e narradora imparcial da história” (Musse et al., 2017, p. 25).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No Brasil, a televisão é o veículo de comunicação que mais influencia a opinião pública. Entre as várias emissoras em operação no país, seja em canais abertos ou fechados, a Rede Globo de Televisão é aquela que detém a maior audiência e as maiores verbas publicitárias. O tamanho da emissora dá a ela um imenso poder de influenciar a população com seus pontos de vista, resultado de opções editoriais, facilmente observáveis em seus produtos jornalísticos. Sempre cobrada a dar satisfações sobre essas opções, a empresa tem se esmerado em criar narrativas que a reposicionem no imaginário nacional. Os três programas analisados neste artigo revelam os artifícios da Rede Globo para reescrever sua história a partir de um reordenamento narrativo dos registros originais do telejornalismo. Dessa forma, a emissora aparece como vítima ou como antagonista da ditadura militar, deixando de lado o apoio que deu ao regime de exceção. Uma tentativa de reescrever a história, em um momento em que a grande mídia enfrenta como nunca antes a concorrência da web e da mobilização das redes sociais.

## REFERÊNCIAS

- GSHOW. 2017. Disponível em: <http://gshow.globo.com/series/os-dias-eram-assim/>. Acesso em: julho de 2017.
- Huysen, A. (2000). *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro, RJ, Brasil: Aeroplano.
- Le Goff, J. (1996). *História e Memória*. Campinas, SP, Brasil: Editora UNICAMP.
- MEMÓRIA Globo. 2017. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>. Acesso em: out. 2017
- MEMÓRIA Globo Especial. Disponível em: <http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/especial-globo-50-anos-2015/4157683/>. Acesso em: dez. 2017.
- Motta, L.G.(2013). *Análise Crítica da Narrativa*. Brasília, DF, Brasil: Editora Universidade de Brasília.
- Motter, M. L. . (2001). *Ficção e história: imprensa e construção da realidade*. São Paulo, SP, Brasil: Arte & Ciência.
- Musse, C. F. & Thomé, C. (2016). Telejornalismo e poder: memórias reconstruídas pelo “Jornal Nacional”. In C. Emerim, C. Finger, F. Porcello (Orgs.). *Telejornalismo e poder*. (Coleção Jornalismo Audiovisual, vol. 5). Florianópolis, SC, Brasil: Insular.
- Musse, C.F., Viana, H., Magnolo, T.S. (2017) *Minisséries brasileiras: a narrativa e a ressignificação da história recente em “Os dias eram assim”*. Trabalho apresentado no XIV Seminário Internacional de Comunicação. Porto Alegre, RGS, Brasil: PUCRS.
- Mungióli, M. C. P. (2009, setembro). Minisséries Brasileiras: um lugar de memória e de (re)escrita da nação. *Anais do II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação*, São Paulo, SP, Brasil.
- Nora, P. (1993). Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*, (10), 07-28. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12101/8763>. Acesso em out. 2017.
- Pazin M. *A importância dos centros de memória para as instituições e para a sociedade*. 2015. Disponível em: < <http://www.itaucultural.org.br/a-importancia-dos-centros-de-memoria-para-as-instituicoes-e-para-a-sociedade> >. Acesso em: 22 ago. 2017.
- Thompson, J. (2009). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ, Brasil: Ed. Vozes.
- Viana, H. (2017). *“Especial Globo 50 anos”: da rememoração à historicidade mediada*. Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro, RJ, Brasil: PUCRJ.



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Valores profesionales y autonomía del periodista en entornos violentos

### Professional values and journalist autonomy in violent environments

### Valores profissionais e autonomia do jornalista em ambientes violentos

*José Luis Lemini Camarillo<sup>153</sup>*

**RESUMEN:** La autonomía y los valores profesionales del periodista han sido alterados por la violencia y la crisis de seguridad en México, situación aprovechada por la élite política y gubernamental para ejercer mayor control de la información.

**PALABRAS CLAVE:** Autonomía, Periodistas, Violencia.

El ejercicio profesional de los periodistas de Saltillo, en el norte de México, está altamente comprometido por la violencia y la crisis de inseguridad en el país, acompañada por las condiciones estructurales del periodismo mexicano situadas por la estrecha relación de los medios de comunicación con el Estado, las condiciones laborales, las prácticas como el oficialismo o el declaracionismo y otras características que influyen en los procesos de producción de noticias.

Como consecuencia, la autonomía y los valores profesionales del periodista han sido alterados y la situación es aprovechada por la élite política y gubernamental para ejercer mayor control de la información. Bajo este escenario se han obviado y naturalizado añejas prácticas profesionales y laborales que merman el ejercicio informativo pero que sólo fueron visibles al añadir el factor violencia al campo de trabajo.

#### EL CONTEXTO DE VIOLENCIA EN EL PERIODISMO DE SALTILLO

Más de una década ha transcurrido desde que las agresiones contra periodistas y medios de comunicación en México agitaron el entorno social y despertaron el interés de organizaciones nacionales e internacionales para salvaguardar las garantías del ejercicio de la profesión y la libertad de expresión. Los espacios informativos y los frecuentes informes de instituciones públicas y privadas han dado cuenta del fenómeno por el que atraviesa el periodismo mexicano que durante 2017 se colocó como el más violento contra la prensa en la historia del país (Artículo 19, 2017).

Los asesinatos de los reporteros Valentín Valdez y Alejandro Martínez, los ataques contra las instalaciones del periódico Vanguardia en 2011, los secuestros de periodistas ocurridos en 2009, 2010 y 2012 y las agresiones contra los directores de los diarios Zócalo y Vanguardia de 2011 a 2016, refuerzan la necesidad de centrar el análisis en el gremio periodístico de Saltillo, para visualizar la problemática no sólo desde la perspectiva del conteo de víctimas, sino para profundizar en sus inquietudes en las dimensiones profesionales y laborales que acompañan a los periodistas. Además, la poca solidaridad entre el gremio, la falta de protocolos de seguridad, la nula investigación en cuanto a las agresiones a periodistas y la impunidad que priva, favorece que surjan los rumores sobre el eventual involucramiento de algún reportero con el crimen organizado que, con o sin bases, tiende a denigrar y desprestigiar la imagen del periodista y de su medio. Esto los pone en una doble situación de vulnerabilidad, porque el crimen organizado empieza a ocupar el lugar que no lograr llenar los empleadores.

En este trabajo sostengo que la violencia generalizada, los actos intimidatorios contra la prensa y la postura de los medios de comunicación frente a la cobertura del crimen organizado en Saltillo, perturba no sólo a los reporteros que trabajan la fuente de seguridad pública, sino que se incluye a reporteros de todas las fuentes informativas así como a editores, jefes de información, fotoreporteros y conductores de noticias.

Varios factores contribuyen a que exista un alto nivel de vulnerabilidad en el norte de México: (1) la distancia de los centros políticos y económicos en el país, que a menudo se traduce en un menor número de recursos cuando los periodistas están sujetos a la agresión; (2) las organizaciones de noticias ubicadas en zonas periféricas tienden a ser más pequeños, con menos poder económico y político para proteger a sus empleados; y (3) la frontera norte de México es la ubicación de rutas de la droga y el contrabando humano (Relly y González, 2014).

<sup>153</sup> José Luis Lemini Camarillo. Universidad Iberoamericana, Maestría en Comunicación, México, luislemsat@gmail.com

Bajo tal fundamento se ha responsabilizado a la delincuencia organizada y a los servidores públicos como los principales (o quizá como los únicos) agentes de la crisis del periodismo mexicano, sin tomar en cuenta la existencia de otros elementos normalizados dentro de la práctica periodística en las que pudiera localizarse el origen del problema. Es decir, el movimiento del sistema de medios en un país con una democracia sin consolidar, la injerencia de factores internos y externos a las organizaciones informativas y las concepciones individuales del periodista actúan en conjunto para intervenir en su autonomía profesional dando como resultado una experiencia fácilmente vulnerable ante cualquier eventualidad.

## OBJETIVOS, DISCUSIÓN TEÓRICA Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

En esta investigación indago sobre los interventores de la autonomía profesional del periodista durante el proceso de construcción de la noticia, abordando la problemática desde dos perspectivas. La primera describe las posturas del periodista frente a situaciones que afectan su labor profesional y la segunda, las condiciones laborales dentro de los medios de comunicación que propician su vulnerabilidad. Para efectos del presente ensayo, tomo en cuenta únicamente la dimensión profesional, por ser el área en la que se identifican los valores del modelo liberal que incluye a la autonomía como valía fundamental para el ejercicio del periodismo. Esta propuesta está basada en los modelos de estudio presentados por Hallin y Mancini (2004) y Shoemaker y Reese (1996 y 2013), con la diferencia de que éstos fueron concebidos para el estudio de los medios de comunicación en general y no del periodista en particular.

Los resultados que obtuve con este modelo fueron interpretados bajo el contexto político, económico, social y del sistema de medios que opera en Coahuila, tomando como base las principales teorías de estudio dentro del campo periodístico con respecto al sistema de medios y las concepciones de autonomía profesional en el periodismo (Guerrero y Márquez, 2014; Hallin y Mancini, 2004; Hughes, 2009 y Waisbord, 2013).

Para entender el término autonomía, me he apegado a las concepciones de Waisbord (2013) en su manifiesto sobre los valores profesionales del periodista. En este, el periodismo debe mantener distancia de actores externos, independencia del sistema de mercado o del Estado- Gobierno o incluso de grupos criminales, como en el contexto mexicano para evitar ser portavoz de intereses particulares, independientemente de su origen.

No obstante, las características del periodismo mexicano se encuentran inmersas en un modelo alternativo que Guerrero y Márquez (2014) denominan como Modelo Liberal Capturado, en el que el rol del periodismo no ha terminado por adoptar las prácticas del modelo liberal que lo encaminarían hacia el periodismo de investigación y su rol de perro guardián, sino que acuña un rol selectivo, discrecional y convenenciero para favorecer a actores políticos determinados, de acuerdo con los intereses de particulares. En otras palabras, el sistema de medios como el que opera en México está definido por intereses políticos y económicos que tratan de “capturar” tanto al periodismo como a las políticas de comunicación. Además, debido a los frecuentes episodios de inseguridad pública y actos en contra de periodistas y medios de comunicación, es posible encontrar que la “captura” de la que hablan Guerrero y Márquez (2014) se presente en las dificultades del periodista para realizar su trabajo cotidiano, así como en las garantías para la realización de su trabajo y preservar su integridad dentro y fuera de las salas de redacción.

Entender las dimensiones en las que la autonomía periodística tendría cabida, es entender también el contexto en el que se desdobra en un marco social, político, económico y cultural, donde sin duda y dadas las condiciones del periodismo mexicano, verían un resultado encaminado hacia el sistema de medios y la relación prensa – Estado. Los estudios sobre periodismo de las últimas dos décadas ya colocan a México como un país democrático en transición (Hughes, 2009; Orozco, 2010; Márquez 2012; Guerrero y Márquez, 2014 y Del Palacio, 2015) y con ello destaca la dificultad para unificar o establecer los criterios de análisis del periodismo en las distintas regiones del país, como la de Saltillo.

Para este trabajo se ha elegido la entrevista a profundidad como método de recolección de datos, y el modelo fue revisado cuidadosamente para que se incluyeran preguntas encaminadas a responder los tópicos referentes a las rutinas y prácticas de los periodistas desde estas tres perspectivas: los roles profesionales, el ambiente laboral y sus rutinas personales.

Estudios como éste han abordado únicamente a los periodistas de la fuente policiaca o de seguridad, por el tipo de coberturas a los que suelen ser asignados, como balaceras, secuestros, accidentes, homicidios y demás problemas sociales. A diferencia de ellos, en el presente estudio se incluye a periodistas que han estado en activo desde 2008 en fuentes diversas como política, economía, salud, medio ambiente, cultura, deportes, problemas sociales, así como de seguridad pública y policiaca. En total fueron contactados 22 periodistas de distintas plataformas informativas: diarios impresos, radio, televisión, medios digitales. Además, con el fin de ayudar a la heterogeneidad de la muestra, por medio de la Técnica de la Bola de Nieve (Taylor y Bogdan, 1992) se ha buscado que los entrevistados se desempeñen en distintas actividades dentro de los medios informativos, como reporteros, editores, conductores de radio o televisión, camarógrafos, fotógrafos y jefes de información.

Para el análisis de los datos se tomó como base el Modelo de la Jerarquía de influencias (Shoemaker y Reese, 2013), con el que fue posible establecer los hallazgos referentes a los objetivos de este estudio, centrados en las consecuencias de la violencia en las rutinas y prácticas periodísticas en los niveles profesionales y, laborales. Para el ámbito profesional, dimensión que se expone en el presente ensayo, emergieron las categorías: visión de la profesión y de sí mismo como periodista, valores y roles profesionales, planes a futuro, condiciones de autonomía y libertad.

## LAS CONDICIONES DE AUTONOMÍA Y LIBERTAD DE LOS PERIODISTAS CON RESPECTO A LA VIOLENCIA

Los periodistas que trabajan en entornos violentos se encuentran inmersos en dinámicas informativas condicionadas por grupos de poder, como el Estado, los partidos políticos, los empresarios y en las últimas décadas, también por grupos delincuenciales relacionados con el crimen y el narcotráfico, según describen autores como Gallur (2003), Hernández y Rodelo (2011) o Gutiérrez (2014).

La influencia que han ejercido los grupos criminales en los medios de comunicación de Saltillo, fue aprovechada además por los gobiernos estatales y federales para tener un mayor control de la información con respecto al tema, y que derivó después en el crecimiento de su influencia para la cobertura y publicación de otro tipo de temas, sobre todo los referentes con el actuar de los funcionarios públicos y la iniciativa privada.

La intimidación ejercida por los miembros delincuenciales bastaba para que los periodistas de distintas fuentes informativas dudaran en la publicación de sus noticias, pues en un ambiente violento, existía la sospecha de que cualquier persona podía tener vínculos con grupos ilegales. Esto ocurrió incluso en con las soft news, donde según los periodistas, era frecuente el desvío de recursos que debían ser destinados a la promoción cultural. En voz de los periodistas entrevistados, los gobiernos municipales y estatales parecen haber aprovechado la oportunidad para retomar el control de los medios, situación que según Hughes (2009) venía en picada con la democratización y alternancia política desde 2000. Si bien estas prácticas no eran nuevas por parte del gobierno y su relación con los dueños de los medios, la percepción es que en los últimos años se vio fortalecida la influencia oficial para todo tipo de coberturas.

De esta manera, los periodistas se vieron obligados a apegarse a las fuentes oficiales, provenientes de las dependencias de seguridad pública de los gobiernos estatales y federales, para nutrir su información, alegando políticas de su medio de comunicación para preservar la seguridad de sus instalaciones.

Tanto reporteros como editores de internet, dijeron realizar una cobertura de los hechos de violencia con extrema distancia, tanto de las autoridades como de los miembros del crimen organizado, lo que podría sugerir una operacionalización distanciada para ofrecer objetividad en ese tipo de información, tal y como lo plantearía Tuchman (1998).

Dentro de las salas de redacción de los medios saltillenses, los entrevistados dijeron realizar una selección de primer grado sobre los temas que debían de ser difundidos. En estos equipos se acordó publicar información emitida por las autoridades de seguridad de Coahuila como único criterio de selección de noticias. Los testimonios aceptaron también que sus libertades fueron coartadas con mayor acentuación a causa de la violencia, pues su información era mutilada o cambiada y por seguridad, fueron obligados a omitir sus nombres como autores de las publicaciones y dando preferencia a la información que pronunciaran las fuentes gubernamentales.

Dentro del mismo marco, reporteros y editores de internet admitieron haber caído en la censura como medida de autoprotección, reforzando el presente análisis en donde se describe que los miembros de las salas de redacción trabajan con estrés y miedo al momento de realizar la cobertura de los acontecimientos violentos en la ciudad. Al menos durante la temporada que describen como la más violenta en Saltillo, entre 2011 y 2013, los medios eliminaron de su vocabulario palabras como "levantones", "halconeos" entre otras, así como nombres de organizaciones delictivas o personas detenidas.

La censura y la autocensura también fueron medidas utilizadas para que los superiores jerárquicos en las salas de redacción no exigieran a los reporteros la publicación de temas que sólo éstos últimos conocían, argumentando que los riesgos recaían en menor medida en jefes editoriales y de información. Tras las constantes intimidaciones y los crímenes contra dos periodistas en Saltillo, los entrevistados a cargo la fuente policiaca dijeron haber limitado sus prácticas como reporteros, al realizar un manejo superficial sobre los hechos de violencia y evitando indagar a profundidad sobre temas de cualquier índole, incluso en coberturas hacia el clero o el sector empresarial.

Los homicidios de dos de sus compañeros fueron tomados como ejemplo para su protección, aunque ello resultara en la afectación de sus prácticas periodísticas. Algunos testimonios perciben que el caso de Valentín Valdez fue emblemático para el cambio en sus prácticas diarias, aunque los medios de comunicación tardaron en reaccionar al respecto.

La información que fue eliminada o minimizada de la cobertura diaria de los periodistas incluye lo relacionado con centros nocturnos, prostitución, combustibles, falsificación de tarjetas de crédito o débito, venta de bebidas alcohólicas, concesiones de transporte público como taxis, comercio formal e informal, mendicidad, viviendas abandonadas, entre otros, argumentando que los temas estaban muy "malandreados" y podían acarrear consecuencias.

Todos los periodistas entrevistados aceptaron haber tenido fricciones con sus jefes y editores a causa de los intereses políticos y económicos de la empresa. Debe recordarse que en Coahuila nunca ha habido alternancia política y es el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y sus gobernantes los que históricamente han ejercido influencia dentro de los medios de comunicación (Carabaza y Recio, 2009). De esta manera los periodistas se sienten imposibilitados para atacar a la figura del ejecutivo estatal o a sus acciones, así como tocar temas que beneficien directamente a los partidos de oposición o dar voz a organizaciones que difieren de las políticas estatales. Esta situación ha sido aprendida y aceptada por los periodistas que

prefieren desgastarse en la cobertura de esos temas a sabiendas que no serán publicados, como la deuda de Coahuila, corrupción por parte de funcionarios, acciones ética o profesionalmente cuestionables por parte de otros servidores públicos pertenecientes a ese partido.

Si a lo anterior se le suman las constantes intimidaciones y violencia contra la prensa, se encuentra entonces que los periodistas en Saltillo han sido afectados en cuanto a sus libertades individuales en el rubro profesional y personal, dejando sus valores e intereses en lo más bajo de la cadena informativa, para dar paso a los intereses de otros, desde sus jefes editoriales, los dueños de las empresas y los poderes externos legales o ilegales.

En conclusión, las condiciones políticas y sociales de México, en específico de Saltillo, han generado la reinterpretación del modelo de periodismo que se aplica en el país, según autores como Hughes (2009) y Márquez (2012), apegado a los valores liberales – anglosajones del periodismo, como la autonomía, la objetividad o su papel como wachdog de los intereses de la población y vigilante del Estado. El autoritarismo del gobierno y la dependencia de los medios hacia las regalías y los contratos de publicidad gubernamentales, aunados a la violencia contra periodistas y el ambiente de inseguridad pública, son parte importante en de transformación y adaptación de los valores profesionales en el quehacer diario del periodismo actual.

Por ello los periodistas de Saltillo se mantienen en el ideario de la libertad, autonomía y objetividad, apegados al modelo liberal (Hallin y Mancini, 2004) con el fin de realizar mejor su trabajo dentro de los medios de comunicación, sin embargo, agentes internos y externos como las políticas editoriales, intereses mercantiles, acuerdos políticos y/o gubernamentales, así como la violencia que afectó a la población saltillense y a los medios y periodistas en particular, ha coartado el sentido de profesionalidad anhelado.

Lo que parece ser un hecho, es que la influencia que han ejercido los grupos criminales en los medios de comunicación de Saltillo, ha sido aprovechada por los tres niveles de gobierno (municipal, estatal y federal) para tener un mayor control de la información con respecto al tema de la violencia y el crimen, y que derivó después en el crecimiento de su influencia para la cobertura y publicación de otro tipo de temas, sobre todo los referentes con el actuar de los funcionarios públicos y la iniciativa privada.

La censura y autocensura se tomaron en un principio como medida de seguridad, aunque después se transformó en rutina de trabajo por el nulo interés de los directivos de los medios para proteger su integridad. Al igual que en otros temas expuestos en este estudio, debe aclararse que esta práctica no es exclusiva para los temas de los grupos delincuenciales, pero que se fortaleció por las constantes amenazas y agresiones en contra de la prensa.

Debe mencionarse que la censura y la autocensura también es utilizada como política de la empresa en temas sensibles como el crimen organizado, aunque los periodistas han aprendido y aceptado esa destreza en una diversidad de temas que prefieren evitar y no desgastarse a sabiendas que no serán publicados, como la deuda de Coahuila, corrupción por parte de funcionarios, acciones ética o profesionalmente cuestionables por parte de otros servidores públicos pertenecientes al partido en el poder.

## BIBLIOGRAFÍA

- Artículo 19 (2017) Libertades en Resistencia. Informe 2016 sobre la violencia contra la prensa. Artículo 19. Edición impresa
- Carabaza, J. y Recio, C. (2009) "Voces, textos e imágenes, hacia una historia de los medios de comunicación en Coahuila". Universidad Autónoma de Coahuila
- Del Palacio, C (ed.) (2015) Violencia y Periodismo Regional en México. México: Juan Pablos.
- Gallur, S. (2013) "2007-2011, "Un nuevo "Gatekeeper" en el periodismo en México: los medios de comunicación ante el dilema del "Plata o Plomo".", en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Diciembre 2013, [www.eumed.net/rev/cccss/26/gatekeeper.html](http://www.eumed.net/rev/cccss/26/gatekeeper.html)
- Guerrero, M.A. y Márquez-Ramírez, M. (2014) El modelo "liberal capturado" de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. Temas de Comunicación. Universidad Católica Andrés Bello. Pp 135 – 170
- Gutiérrez, A. E., Torres, M., Torres, A. C., Juárez, J., Cantú, K. y González, S. (2014) "Crimen organizado y narcotráfico en el noreste de México como condicionante en la reestructura de las rutinas periodísticas y la autocensura". XXVI Encuentro Nacional AMIC. San Luis Potosí. México
- Hallin, D. y Mancini, P. (2004) Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Nueva York: Cambridge University Press
- Hernández, R., M. E y Rodelo, F. V. (2010) "Dilemas del periodismo mexicano en la cobertura de "la guerra contra el narcotráfico": ¿Periodismo de guerra o de nota roja?" En Rodríguez, Z. (Coord.), Entretejidos comunicacionales (pp.193-228). Guadalajara, Universidad de Guadalajara. Huitrón, L. M. (2011) El ejercicio periodístico en México: de impunidad e indiferencia. En Revista ComHumanitas, Vol. 2. No. 1. Año 2 (pp. 179-187). Quito, Ecuador.
- Hughes, S. (2009) Redacciones en conflicto: el periodismo y la democratización en México. México: Porrúa
- Márquez, M. (2012) Valores normativos y prácticas de reporte en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México. Cuadernos de información, Santiago, Chile.

- Orozco, M., R. (2010) Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado. Un mapa conceptual para analizar la relación prensa-poder público. En Hernández Ramírez, M. E. (coord.) Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano. México: Universidad de Guadalajara-Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Pp 123 – 142
- Relly, J. y González, C. (2014) Silencing Mexico: A Study of Influences on Journalists in the Northern States. La Revista Internacional de Prensa y Política, Vol. 19 (pp. 108-131) Tucson, Estados Unidos.
- Shoemaker, P. J., y Reese, S. D. (2013) Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. Longman Publishers Estados Unidos. Segunda Edición.
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1992) "Introducción a los métodos cualitativos en investigación". La búsqueda de los significados. Ed. Paidós, España. Pp. 100 -132
- Tuchman, G. (1998) La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. CIC: Cuadernos de información y comunicación, (4), 199-218.
- Waisbord, S. (2013) Vox populista, Medios, periodismo, democracia. Editorial Gedisa, S. A. Buenos Aires.



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## **Veiculação de notícias sobre as enchentes no Rio Grande do Sul nos portais de notícias de Tenente Portela**

### **News broadcast about the floods in Rio Grande do Sul in the news portals of Tenente Portela**

*Lidia Paula Trentin<sup>154</sup>*

**RESUMO:** A presente investigação pretende verificar de que maneira os portais de notícias *Portela Online* e *Província*, de Tenente Portela, Rio Grande do Sul, veicularam as notícias relativas às enchentes que ocorreram nos meses de maio e junho de 2017 no estado. Para tanto, foi realizada análise quantitativa do conteúdo dessas notícias. Com a pesquisa, pode-se perceber que, mesmo com a possibilidade de produzir conteúdo próprio, ambos os portais deram preferência a notícias fornecidas por assessorias de comunicação e outros veículos de comunicação, e muitas vezes sem creditar as notícias produzidas por terceiros.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo na internet, Enchentes no Rio Grande do Sul, Portais de notícias.

**ABSTRACT:** The present investigation intends to verify how the news portals *Portela Online* and *Província*, of Tenente Portela, Rio Grande do Sul, transmitted the news related to the floods that occurred in the months of May and June of 2017 in RS. For that, a quantitative analysis of the content of these news was carried out. With the research it can be realized that, even having the possibility of producing own content, both portals gave preference to news provided by communication advisory and other medias, and often without crediting the news produced by other professionals.

**KEY WORDS:** Journalism on the internet, Floods in Rio Grande do Sul, News portals.

#### **1. TEMA CENTRAL**

Conforme a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros para obter informações ainda é a televisão, mencionada como primeira opção por 63% dos entrevistados e como segunda por 89%. A internet aparece em segundo lugar, sendo mencionada por 26% como primeiro meio de comunicação escolhido na busca por informações e por 49% como segunda opção. Os locais mais utilizados para acessar a internet são em casa e no trabalho, os dispositivos são, em primeiro lugar o telefone celular, seguido do computador e depois o *tablet*.

Levando esses dados em consideração, uma vez que a internet está cada vez mais presente no dia-a-dia dos brasileiros, optou-se por observar de que maneira os portais de notícias *Portela Online* e *Província*, de Tenente Portela, Rio Grande do Sul, divulgaram as notícias sobre as enchentes que ocorreram na região Noroeste (onde está localizado o município) e em todo o Estado durante os meses de maio e junho de 2017, visto que:

*A noção de comunicação recobre uma multiplicidade de sentidos. Se isso vem sendo assim há muito, a proliferação das tecnologias e a profissionalização das práticas acrescentaram novas vozes a essa polifonia, num fim de século que faz da comunicação uma figura emblemática da sociedade do Terceiro Milênio (MATTELART; MATTELART, 2009, p. 09).*

O município de Tenente Portela foi escolhido por ser pequeno – com população estimada pelo IBGE de 14.023 habitantes em 2016 – e rodeado por rios. Desse modo, quando ocorrem enchentes, o município de Tenente Portela e seus habitantes são diretamente afetados, principalmente os ribeirinhos, que muitas vezes perdem todos os bens materiais. Os portais de notícias *Portela Online* e *Província* foram escolhidos por levarem as informações de Tenente Portela e região para qualquer parte do mundo, fazendo com que familiares e amigos de quem vive nos locais atingidos pelas enchentes consigam acessar informações que muitas vezes não obteriam de outra maneira.

<sup>154</sup> Lidia Paula Trentin: Doutoranda em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná – UTP. Integrante dos Grupos de Pesquisa: INCOM e JOR XXI, da UTP. Brasil. E-mail: lidiapaulatrentin@gmail.com.

## 2. OBJETIVOS

O presente estudo tem como objetivo geral averiguar de que maneira os portais de notícias *Portela Online* e *Província* veicularam reportagens relativas às enchentes que ocorreram no Estado em maio e junho, observando o tipo de conteúdo noticiado.

Como objetivos específicos têm-se:

- a) Verificar qual a autoria das notícias publicadas nos sites, ou seja, notícias próprias, de outros veículos de comunicação ou produzidas por assessorias de comunicação;
- b) Apurar quais as fontes<sup>155</sup> de informação entrevistadas para a produção das notícias; e
- c) Constatar a origem das imagens e dos vídeos (nas notícias em que eles estão presentes) utilizados para ilustrar e complementar o conteúdo.

## 3. DISCUSSÃO TEÓRICA

A seguir serão apresentadas as discussões teóricas que dão embasamento à presente pesquisa.

### 3.1 *Jornalismo na Internet*

O jornalismo na internet, webjornalismo e jornalismo *online* são, nesse estudo, utilizados como sinônimos, aplicando a explicação de Ward (2006, p. 09), uma vez que o autor apresenta jornalismo *online* como uma expressão genérica, utilizada para descrever o acesso, a disseminação e/ou a recuperação de informações digitais, dessa forma, “se um jornal tiver um *website* para complementar suas edições publicadas no papel, isso é considerado como uma versão *online* do jornal impresso”.

A expressão jornalismo digital não foi utilizada nesse estudo, pois o digital não necessariamente está *online*, como se pode verificar na descrição apresentada pelo autor (2006):

*O processo digital separa todas as informações – dados, textos, gráficos, sons, imagens fixas ou vídeo – em uma sequência de números (dígitos), e as transporta a um destino por um fio, cabo ou frequência de transmissão; então, volta a agrupá-las em sua forma original (WARD, 2006, p. 08).*

No jornalismo *online* mantém-se o processo jornalístico tradicional, utilizado em todos os meios de comunicação: perceber um fato inédito e/ou interessante, que o jornalista acredite ser relevante para o público; buscar informações precisas acerca da pauta escolhida; produzir o texto de forma clara, objetiva e concisa; e divulgar para o público. Entretanto, a internet viabiliza diversas novas possibilidades, que não eram imaginadas nos meios de comunicação tradicionais, como o impresso, o rádio e a televisão. Por exemplo, a utilização de conteúdos multimídia e multiplataforma, ou seja, o uso de texto, áudio, fotografias, vídeo, infográficos, quadros e tabelas em uma mesma notícia. Sempre com o intuito de melhor informar e envolver o público.

*Os elementos que compõem o conteúdo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeo, áudio e ilustrações animadas. Até mesmo o texto deixou de ser definitivo - um e-mail com comentários sobre determinada matéria pode trazer novas informações ou um novo ponto de vista, tornando-se, assim, parte da cobertura jornalística. E acessar um conteúdo não é necessariamente a leitura de uma notícia, já que engloba textos que trafegam pelas salas de bate-papo, mensagens enviadas nos fóruns, resenhas de livros e discos e colunas. Enfim, o conteúdo não está apenas na área de notícias dos portais, mas sim espalhado por quase todos os produtos oferecidos pelo endereço eletrônico (FERRARI, 2003, p. 39).*

Os textos jornalísticos para a internet devem ser, segundo Miranda (2004), objetivos, concisos e curtos. O autor também explica que “no jornalismo on-line, trabalha-se com a perspectiva da atualização permanente durante as vinte e quatro horas do dia” (MIRANDA, 2004, p. 71).

Assim, um dos desafios do jornalismo na internet é preparar os profissionais de comunicação que trabalham com jornalismo, isso porque eles precisam desenvolver habilidades que antes, nos meios tradicionais, não eram exigidas. “O jornalista passou a desempenhar inúmeras funções, havendo maior sobrecarga de trabalho nas redações (assim como há também no nosso cotidiano) por salários iguais ou menores se comparado com o momento em que havia maior especialização” (BARBOSA, 2013, p. 343).

---

<sup>155</sup> Nesse estudo utilizou-se o termo fonte de informação para definir as pessoas entrevistadas para a produção das notícias, por exemplo, fontes oficiais, especializadas e não oficiais (leigas).

Isso significa que, quando trabalham com a internet, explica Ferrari (2003, p. 48), os jornalistas “precisam sempre pensar em elementos diferentes e em como eles podem ser complementados”, refletindo bem sobre as legendas, informações complementares e recursos que serão utilizados – vídeo, áudio, entre outros.

Na internet, é possível que o jornalista encontre rapidamente informações e fontes que o ajudarão a produzir conteúdo, mas é necessário ter cuidado, pois, conforme Barbosa (2013) a abundância de informações na rede pode acabar causando desinformação, visto que na internet há muitos dados incorretos e informações falsas. Além disso, ela permite que os leitores colaborarem “com a narrativa da reportagem por apresentarem as suas próprias experiências, [...] as antigas certezas começam a ser desafiadas”, uma vez que no ambiente digital a disseminação da informação é imediata e todo o conteúdo pode ser arquivado (WARD, 2006, p. 18).

A participação de não jornalistas na produção das notícias na internet, segundo Zago (2011), nos faz repensar a função do jornalismo, pois:

*Além de ampliar as fontes de pesquisa, acelerar o processo de busca ou monitoramento de informações e permitir novas formas de publicar notícias e reportagens, o jornalista precisa conhecer os hábitos e preferências do público na internet. (LUZ, 2010, p. 383).*

No que se refere aos consumidores de notícias pela internet, Belochio (2013, p. 239) explica que esse público pode ter alterado a forma como vê “o consumo e a interação que pode ter com os conteúdos jornalísticos”, além disso, os próprios jornalistas podem ter modificado a maneira de “produzir e de pensar os formatos da informação oferecida aos destinatários”, isso pode transformar o modo como o perfil dos consumidores de conteúdos jornalísticos é imaginado.

Assim, com o surgimento das novas tecnologias e com a convergência tecnológica, a forma de consumir informação mudou. Desse modo, o público passa a ser também produtor de conteúdo, logo, sua figura ganha um novo conceito com a convergência, o que tem grande impacto, pois, conforme Jenkins (2008, p. 227), estas novas mídias estão sendo utilizadas para envolver os consumidores “com o conteúdo dos velhos meios de comunicação, encarando a Internet como um veículo para ações coletivas”, ou seja, a internet está sendo usada para criar conteúdo de maneira coletiva, solucionar problemas e também debater.

Os novos dispositivos que permitem o acesso fácil e rápido à internet, como *smartphones*, *tablets* e *notebooks*, aumentaram as formas de disponibilização dos conteúdos noticiosos e de contato destes com o público, destaca Belochio (2013). Com estes dispositivos móveis o usuário pode se conectar à internet a qualquer hora e de qualquer lugar do mundo, desde que exista sinal.

#### 4. METODOLOGIA

Para a realização da presente pesquisa foi feita uma análise quantitativa das notícias sobre as enchentes que ocorreram no Rio Grande do Sul nos meses de maio e junho de 2017 publicadas nos portais de notícias *Portela Online* e *Província*, de Tenente Portela, a partir das seguintes categorias:

- A quantidade de notícias próprias, de notícias de outros veículos de comunicação e também de notícias produzidas por assessorias de comunicação;
- As fontes de informação utilizadas (os entrevistados): fontes oficiais, não oficiais, especializadas ou não utilização de fontes;
- A origem das fotografias utilizadas para ilustrar as notícias: próprias dos portais, de outros veículos, enviadas pelo público ou fotos meramente ilustrativas;
- A origem dos vídeos (quando utilizados): próprios, de outros veículos, ou enviados pelo público;
- Links utilizados para complementar o conteúdo: que levam para o próprio site, para sites de outros veículos de comunicação ou para sites de empresas que não são de comunicação;
- Isto posto, a seguir serão apresentados os resultados obtidos por meio da pesquisa.

#### 5. RESULTADOS

Com o estudo, observou-se que a veiculação de notícias sobre as chuvas e enchentes teve início nos dias 23 e 24 de maio e terminou nos dias 21 e 26 de junho nos sites *Portela Online* e *Província*, respectivamente, sendo que no primeiro foram veiculadas 42 notícias acerca do tema e no segundo 50. Em ambos os sites as notícias se referem tanto a Tenente Portela quanto à região e Estado como um todo.

A publicação de notícias com essa temática não ocorria todos os dias em ambos os sites. Enquanto no *Portela Online* foram 30 dias entre a primeira e a última notícia sobre as enchentes, com 21 dias com matérias publicadas e 09 sem nenhuma, no *Província* se passaram 34 dias entre a primeira e a última notícia, contando também com 21 dias com publicações, mas 13 sem qualquer atualização.



Apesar de estarem inseridos em um município (Tenente Portela) e em uma região bastante afetada pelas chuvas que ocorreram nos meses de maio e junho, ambos os portais produziram poucas notícias próprias. O *site Portela Online* publicou 07, correspondendo a 17%<sup>156</sup> do total de notícias veiculadas; assim como as matérias sem qualquer indicação de autoria, que também corresponderam a 17%; metade das matérias publicadas foram *releases* enviados por assessorias de comunicação; as notícias produzidas por outros veículos corresponderam a pouco mais de 14%; e as notícias oficiais, produzidas por *sites* de meteorologia, por exemplo, 2%.

No caso do *site Província*, das 50 notícias sobre as enchentes publicadas no portal, 12 eram próprias, correspondendo a 24% das publicações; tal como as notícias de assessorias (24%); as notícias produzidas por outros veículos de comunicação totalizaram 46%; e as notícias com a autoria não identificada corresponderam a 6% do total.

As imagens utilizadas para ilustrar e complementar as notícias no *site Portela Online* foram produzidas principalmente por assessorias de comunicação (31%); seguidas por imagens meramente ilustrativas (19%); fotos próprias (14%); produzidas por outros veículos (14%); notícias sem imagens (14%); imagens oficiais, produzidas por *sites* especializados, como de meteorologia, por exemplo (5%); e fotos enviadas por leitores do *site* (3%). Foram utilizados vídeos em 06 matérias, todos produzidos pelo profissional do *site Portela Online*.

Já no portal *Província*, as imagens mais utilizadas foram produzidas por outros veículos, correspondendo a 46%; seguidas por fotografias fornecidas por assessorias de comunicação (26%); fotos próprias e imagens ilustrativas corresponderam a 14% cada. Assim como no *site Portela Online*, foram utilizados vídeos em algumas notícias (03) e todos foram produzidos pelos profissionais do portal.

A metade das notícias veiculadas no *Portela Online* não possuía nenhuma fonte de informação, ou seja, ninguém foi entrevistado para a produção da matéria (pelo menos no texto não havia nenhuma menção a alguma pessoa); em 45% foram utilizadas fontes oficiais, como prefeitos, secretários e bombeiros. Fontes não oficiais, como cidadãos da comunidade, e outras fontes (um funcionário de um serviço de balsa) foram utilizadas apenas uma vez em duas notícias, contabilizando 2.5% cada.

No caso do *site Província*, o número de notícias sem entrevistados foi maior, 62%; as fontes oficiais foram entrevistadas em 30% das matérias; outros entrevistados (repórteres de outros meios) corresponderam a 4%; seguido de fontes não oficiais (2%); e especializadas (2%).

A falta de notícias e fotografias próprias, bem como a ausência de entrevistados nas matérias causa estranheza, visto que Tenente Portela é um município pequeno, o que facilita a localização de fontes de informação e a produção de notícias e imagens sobre as enchentes. Encontrar famílias que foram afetadas diretamente pelas enchentes, que precisaram sair de suas casas, perderam bens materiais, animais e produção agrícola é simples, assim como fazer fotografias da situação dessas pessoas. Ainda assim, ambos os portais optaram por utilizar principalmente notícias e imagens de outros veículos ou de assessorias de comunicação.

No que diz respeito à linkagem, das notícias veiculadas no *Portela Online*, 04 possuíam *links*, sendo que dois direcionavam para o próprio *site*, um para um *site* de outro veículo de comunicação e outro para um *site* de meteorologia. Já no portal *Província*, nenhuma notícia possuía *links*.

A autoria das notícias foi verificada com cuidado, pois, no *site Província* somente dois profissionais do sistema de comunicação assinaram as notícias publicadas, sendo que um deles, que se dedica principalmente ao jornal impresso, foi o único produtor de notícias próprias do *site*. O outro profissional assinou notícias enviadas por assessorias de comunicação e obtidas por meio de outros veículos, colocando nelas também os créditos dos autores originais. Entretanto, assinar as notícias não foi uma regra percebida, visto que nem todas as notícias eram assinadas pelos profissionais do portal.

No *site Província* as notícias produzidas por outros veículos ou por assessorias de comunicação são identificadas com maior frequência. No caso do *site Portela Online*, não há identificação da autoria das notícias, em alguns casos, há apenas a legenda das imagens com o crédito. Isso demonstra que os profissionais que trabalham nos dois *sites*, principalmente no *Portela Online*, podem acreditar que, ao mudar algumas partes do texto, acabam por se tornar os autores das notícias, não creditando a matéria a quem realmente escreveu.

Os dois *sites* veicularam 13 notícias iguais, com a mesma autoria original, elas foram produzidas por assessorias de comunicação, tanto dos municípios atingidos quanto da própria Defesa Civil, e também por outros veículos de comunicação. Foram feitas algumas mudanças nas matérias para que não fossem publicadas exatamente iguais, cada profissional alterou o que achou conveniente e necessário. Entretanto, fazer alterações em um texto não faz com que quem o alterou se torne o

---

<sup>156</sup> Os valores percentuais obtidos nos cálculos para as notícias do *site Portela Online* foram arredondados para facilitar a leitura do texto bem como seu entendimento.

autor, as notícias e complementos, como imagens, áudios, vídeo, infográficos, entre outros, devem sempre ser creditados, uma vez que a utilização de obras de outras pessoas sem os devidos créditos é plágio.

Houve também nos dois portais: um mesmo *release* publicado com enfoque e destaque para diferentes informações no título e no lide; e um *release* com poucas palavras alteradas, o título é o mesmo nos dois *sites*, e em nenhum deles há a identificação do autor (sabe-se que é *release* pelas informações contidas no texto). Esses dois *releases* chamam a atenção para o fato de que nem sempre há uma preocupação com a busca de novas informações, o conteúdo recebido das assessorias é publicado com um mínimo de alterações e utilizando sempre fontes oficiais.

Dessa forma, observou-se que, por diversas vezes nas notícias, o autor não era mencionado, dando a impressão aos leitores que os profissionais dos *sites* é que haviam produzido as matérias. Isso ocorreu com maior frequência no *site Portela Online*, que, frequentemente, creditava apenas as imagens.

Algumas notícias se revelaram *releases* depois de uma leitura atenta. Entretanto, os leitores que não possuem conhecimentos técnicos em jornalismo podem não perceber e creditar a notícia aos profissionais dos portais.

## 6. CONCLUSÃO

Ao finalizar a presente pesquisa, pode-se concluir que, mesmo com a possibilidade de produzir uma ampla quantidade de conteúdo próprio, uma vez que, como o município é pequeno, há facilidade em encontrar fontes de informação e produzir imagens sobre a situação das pessoas atingidas pelas enchentes, os dois portais escolhidos como objetos empíricos optaram por utilizar notícias já prontas, onde não havia a necessidade de buscar entrevistados e informações nem produzir as próprias fotografias. Isso pode ser justificado pelo fato de a equipe de ambos os *sites* ser pequena.

De tal modo, as notícias publicadas em ambos os *sites* eram produzidas, principalmente, por assessorias ou outros veículos de comunicação, sendo poucas as notícias produzidas pelos profissionais dos portais *Portela Online* e *Província*. O mesmo ocorreu em relação às imagens utilizadas para complementar e ilustrar as reportagens. A autoria original das notícias nem sempre era especificada, principalmente quando se tratava de matérias produzidas por assessorias de comunicação.

Nem todas as notícias possuíam entrevistados como fonte de informação e, naquelas que havia, eram fontes oficiais, ou seja, prefeitos, secretários, bombeiros, policiais. As pessoas afetadas diretamente pelas chuvas, como os ribeirinhos ou quem precisava utilizar balsas, por exemplo, não foram utilizadas em nenhum momento como fontes de informação.

Tendo isso em vista, propõe-se algumas ideias de fontes entrevistadas e também notícias que poderiam ter sido produzidas durante as enchentes no Rio Grande do Sul: entrevistas com pessoas que vivem na beira dos rios; com familiares e amigos que estão longe; com pessoas que precisam atravessar os rios com frequência; notícias sobre a regularidade das cheias nos rios; prejuízos com a agricultura (entrevistando agrônomos e agricultores); cuidado com os animais nesse período de chuvas (entrevista com veterinários e criadores de animais). São muitas as possibilidades de reportagens que poderiam ser feitas acerca do assunto e diversas as possibilidades de fontes de dados para as notícias, o que daria maior credibilidade às informações, uma vez que o público se veria representado e incluso nas matérias, que tratariam principalmente do cotidiano daqueles que sofreram as consequências das enchentes.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- Barbosa, M. *História da comunicação no Brasil*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- Belochio, V. Convergência com meios digitais em Zero Hora multiplataforma. In: Primo, Alex. (Org.) *A Internet em rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013, pp. 233-255.
- Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2016*. Brasília: Secom, 2016.
- Ferrari, P. *Jornalismo digital*. São Paulo: Contexto, 2003.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *IBGE Cidades: Tenente Portela, Rio Grande do Sul, 2016*. Recuperado de <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=432140>
- Jenkins, H. *Cultura da Convergência*. Tradução: Susana Alexandria. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2008.
- Luz, A. A. Cenário de convergência, impactos no webjornalismo e o caso Clarín.com. In: AMARAL, Adriana; AQUINO, Maria Clara; MONTARDO, Sandra. (Orgs.). *INTERCOM Sul 2010: Perspectivas da Pesquisa em Comunicação Digital*. São Paulo: Intercom, 2010, pp. 374-402.
- Mattelart, A., Mattelart, M. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 12a ed, 2009. 227 p.
- Miranda, L. *Jornalismo on-line*. Passo Fundo: UPF, 2004.
- Zago, G. S. *Informações Jornalísticas no Twitter: redes sociais e filtros de informações*. Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília, Nº 8, 2011.
- Ward, M. *Jornalismo online*. São Paulo: Roca, 2006.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## Esquemas de financiamiento del ciberperiodismo mexicano independiente

Financing schemes of independent Mexican cyberjournalism.

Esquemas de financiamiento do ciberjornalismo mexicano independente.

Salvador De León Vázquez <sup>157</sup>

**RESUMEN:** Se abordan las formas de financiamiento de cibermedios periodísticos independientes en México. El fenómeno adquiere relevancia porque emerge como un espacio periodístico económicamente precario pero robusto en compromiso cívico.

**PALABRAS CLAVE:** Ciberperiodismo, Financiamiento, Periodismo cívico.

**ABSTRACT:** The forms of financing of independent journalistic cybermedia in Mexico are studied. The phenomenon acquires relevance because it emerges as an economically precarious but robust journalistic space in civic engagement.

**KEYWORDS:** Cyberjournalism, Funding sources, Civic Journalism.

En México, la publicidad oficial disfrazada de noticias ha sido la principal forma de financiamiento de los medios. Una extensa literatura sobre la materia ha explicado la génesis, el desarrollo y la contemporaneidad de esta práctica de control gubernamental sobre las noticias y sus implicaciones clientelares (Fernández, 1993; Bohmann, 1994; Ospina, 1996; Trejo, 1996; Hallin, 2000; Demers, 2002; Hernández, 2004; De León, 2011; Maldonado, 2017).

De acuerdo con Harlow & Salaverría (2016), en América Latina ha sido evidente la aparición en Internet de medios periodísticos alternativos, los cuales son distintos en términos de estilo de propiedad, financiamiento, contenido, grado de activismo y metas organizacionales, en contraste con los medios identificados como corporativos o *mainstream*. Esto implica los cibermedios ocupan un espacio financiero marginal distante de la publicidad estatal, la mayor parte de las veces así asumido por sus integrantes como una manera de proteger su independencia.

Este trabajo presenta resultados de investigación relacionados con los esquemas de financiamiento utilizados por este tipo de medios en México. El objetivo es el de analizar la relación entre el modelo periodístico de los cibermedios alternativos mexicanos con sus esquemas de financiamiento para entender las condiciones en las que es posible su viabilidad.

### ANTECEDENTES.

Existen estudios directamente relacionados con esta preocupación, aunque conforman un cuerpo de trabajos todavía muy limitado. Por ejemplo, Fonseca, Diz & Dos-Santos (2016) dan cuenta de que en Portugal algunos periodistas desarrollan proyectos de emprendedurismo para medios digitales de periodismo de investigación debido a la crisis económica y financiera global que desafía los modelos de organización de los medios tradicionales. Esto ha llevado a que los periodistas interesados en ofrecer un periodismo diferente exploren la difusión *on line*, por sus costos menores, y que consideren el *crowdfunding* o financiamiento colectivo como una opción para desarrollar sus proyectos.

Algo similar descubrió Harnischmacher (2015) en Alemania quien, contrario a la idea de que Internet y sus audiencias participativas son los nuevos proveedores de noticias, demuestra con un estudio empírico que en las regiones de su país los medios digitales alternativos han ganado mercado al tiempo que modifican los estándares, las prácticas y los marcos organizacionales del periodismo, generando medios digitales alternativos.

En el caso de América Latina, las condiciones sociales y políticas degradadas generan un ambiente particular para la emergencia de los medios digitales alternativos. Además, existe un componente de discusión ética y política sobre la función

<sup>157</sup> Salvador De León Vázquez. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Doctor en Estudios Científico-Sociales, México, sdeleon@correo.uaa.mx.

social del periodismo en la transformación de las sociedades hacia unas más democráticas, en un contexto de postautoritarismo. Waisbord (2013) lo caracteriza como un periodismo “militante”, en contraposición con el periodismo “objetivo”. Harlow & Salaverría (2016) consideran que los medios digitales latinoamericanos agrupados bajo el nombre de “Aliados” dan cobertura con transparencia, independencia y rigor a lo que los medios *mainstream* no atienden.

En México, la investigación sobre los medios digitales alternativos ha sido limitada. Existe, por ejemplo, el trabajo de González (2014) que corresponde a un estudio de caso del medio digital *sinembargo.mx* para identificar la conformación de sus valores noticiosos. Otro estudio es el de Lemus (2017) quien discute la formulación de la comunicación alternativa en la era digital, pero más orientada a los movimientos sociales que a los medios informativos.

## DISCUSIÓN CONCEPTUAL.

Estudios recientes sugieren que existe un vínculo importante entre el modelo periodístico que asumen los medios informativos y sus estrategias financieras (Harnischmacher, 2015; Fonseca *et al*, 2016; Harlow & Salaverría, 2016). Para este trabajo se entenderá como modelo periodístico a los rasgos que orientan la manera en la que los periodistas y los medios despliegan sus rutinas de producción, construyen sus valores noticiosos y organizan la agenda de cobertura, entre otras cosas. Dichos modelos pueden considerarse en tres grandes categorías: oficialistas (Hallin, 2000), vigilantes del entorno político o *watchdog* (Waisbord, 2013), y militante o alternativo (Harlow & Salaverría, 2016). Es importante decir que estos modelos corresponden a tipos ideales, en la realidad hay mixturas e hibridaciones de éstos en mayor o menor medida.

Otros autores (Mellado, Márquez, Alonso, Mick & Amado, 2016) desdoblan estos tres modelos en seis, basándose en el análisis de los roles de los periodistas: 1) intervencionista, 2) vigilante, 3) leal-facilitador –u oficialista–, 4) de servicio, 5) Infoentrenimiento y 6) cívico. Por otro lado, Hallin & Mancini (2004) reconocen tres grandes modelos de sistemas mediáticos que pueden ser equiparables: el modelo pluralista polarizado, cuyos rasgos sugieren un alto intervencionismo del Estado y las fuerzas políticas en los medios (oficialismo); el modelo corporatista democrático, en el que hay participación del Estado y de las fuerzas políticas en los medios, pero éstos mantienen su carácter independiente (militante); y el modelo liberal, en el que se plantea la separación entre el Estado, las fuerzas políticas y los medios, estos últimos que actúan como vigilantes a través de las noticias, las cuales adquieren mayor relevancia que las opiniones (*watchdog*).

En este trabajo nos aproximamos al modelo del periodismo alternativo o militante. Harlow & Salaverría (2016), advierten que en la época contemporánea este tipo de práctica aparece de la mano de los medios digitales nativos; en ese sentido, la difusión *on line* y el cuestionamiento implícito del periodismo tradicional a través de su práctica son elementos fundamentales para reconceptualizar el rol del periodismo en la era digital<sup>158</sup>.

La convergencia digital ha permitido la proliferación de ofertas periodísticas. En ese sentido existe una pluralidad de medios digitales, pero como lo discuten Demers (2005) y Almiron (2006), eso no necesariamente trae consigo pluralismo o ampliación de los debates públicos. Esto se debe a que la gran cantidad de medios muchas veces replican la información en lugar de producir contenidos diversos; por lo que se gana en cantidad de medios pero no necesariamente en la diversificación informativa.

## ESTRATEGIA METODOLÓGICA.

Siguiendo el ejemplo de Almiron (2006) y Harlow & Salaverría (2016), se realizó una aproximación por medio de dos técnicas que fueron usadas como complementarias: análisis de contenido y entrevistas en profundidad.

El análisis de contenido se aplicó a quince medios digitales alternativos de los cuales revisamos la página principal de su sitio durante 40 días (en los meses de enero a marzo de 2017) con carácter censal, teniendo como unidad de análisis el producto periodístico, logrando recabar 262 registros. Esto permitió conocer su agenda temática y la orientación de sus coberturas. Los medios analizados fueron los siguientes:

**Tabla 1.**  
**Medios digitales alternativos mexicanos que fueron analizados.**

Nombre del medio	Dirección web
Animal Político	<a href="http://www.animalpolitico.com/">http://www.animalpolitico.com/</a>
Chiapas Paralelo	<a href="http://www.chiapasparalelo.com/">http://www.chiapasparalelo.com/</a>
Cuadernos de Doble Raya	<a href="http://cuadernosdoble raya.com/">http://cuadernosdoble raya.com/</a> (ahora solo en Twitter como @CuadernosDR)
Emeequis	<a href="http://www.m-x.com.mx/">http://www.m-x.com.mx/</a>
En el Camino	<a href="http://enelcamino.piedepagina.mx/">http://enelcamino.piedepagina.mx/</a>
Lado B	<a href="http://ladobe.com.mx/">http://ladobe.com.mx/</a>

<sup>158</sup> Algunos de los medios analizados por estos autores son: 14yMedio (Cuba), 80 Grados (Puerto Rico), Animal Político (México), Blog del Narco (México), El Faro (El Salvador), El Meme (Argentina), El Morrocotudo (Chile), a los que se suman otros más para tener una muestra de 26 medios *on line* de 13 países identificados como de alta influencia según el *ranking* Alexa.

Página 3	<a href="http://pagina3.mx/">http://pagina3.mx/</a>
Pie de Página	<a href="http://piedepagina.mx/">http://piedepagina.mx/</a>
Proyecto Diez	<a href="http://www.proyectodiez.mx/">http://www.proyectodiez.mx/</a>
Regeneración	<a href="http://regeneracion.mx/">http://regeneracion.mx/</a>
Revolución 3.0	<a href="http://revoluciontrespuntocero.mx/">http://revoluciontrespuntocero.mx/</a>
Rompeviento	<a href="http://rompeviento.tv/">http://rompeviento.tv/</a>
Sin Embargo	<a href="http://www.sinembargo.mx/">http://www.sinembargo.mx/</a>
Somos el Medio	<a href="http://www.somoselmedio.org/">http://www.somoselmedio.org/</a>
Zeta	<a href="http://zetatijuana.com/">http://zetatijuana.com/</a>

Para las entrevistas en profundidad se buscó el contacto con directores y periodistas de estos medios, logrando éxito con los fundadores de los sitios Somos el Medio, Pie de Página y En el Camino; así como con tres periodistas *freelance* que colaboraron en Emeequis y Rompeviento. Las entrevistas se hicieron durante el año 2017 con base en el siguiente guión:

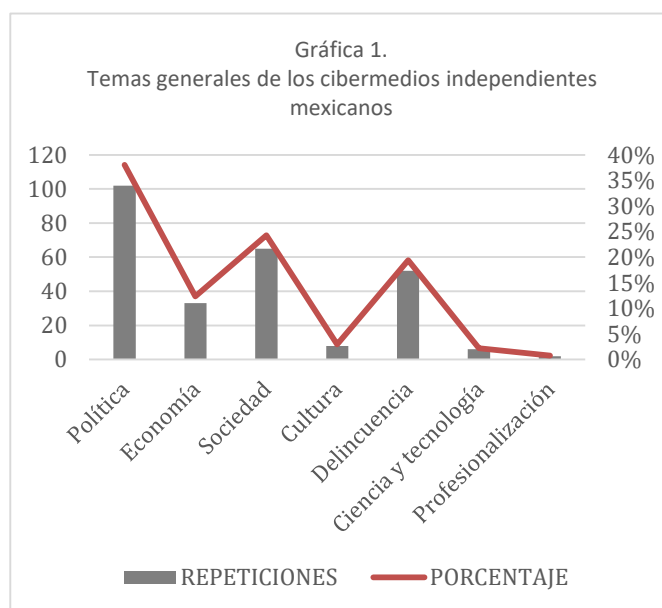
1. Los procedimientos para generar productos informativos.
2. Las agendas periodísticas.
3. Las características de los medios periodísticos alternativos.
4. Las formas de financiamiento.

Para esta ponencia nos concentramos únicamente en lo que corresponde a las formas de financiamiento de los medios digitales alternativos mexicanos.

## RESULTADOS.

Si bien la caracterización de los esquemas de financiamiento del ciberperiodismo mexicano independiente es el objetivo principal de este trabajo, no se puede abordar de manera directa sin tomar en cuenta su orientación editorial y algunos aspectos relacionados con ella. Dicha orientación es un cuestionamiento explícito a las agendas de los medios *mainstream* relacionadas con las agendas gubernamentales en lo que Fishman (1983) llama la “afinidad burocrática” entre los medios y la estructura del Estado como principio de adscripción para desplegar a los reporteros en las fuentes informativas oficiales.

Un hallazgo del análisis de contenido es que los cibermedios independientes no generan una innovación radical de las agendas, pues los temas generales son los mismos: política, economía, seguridad pública, cultura. La diferencia consiste en los temas secundarios (por ejemplo: migración, víctimas de la violencia, problemáticas sociales derivadas de macroproyectos transnacionales, etc.) y en las fuentes informativas a las que acceden, pues contrastan la información oficial con la que ofrecen los actores directos de los asuntos que son cubiertos.



fondeadoras y recursos *open society*.

Precisamente por esa cobertura crítica y distanciada del discurso oficial, el desafío más complicado que los medios independientes tienen es el económico, pues se ven en la necesidad de garantizar su viabilidad financiera sin incorporarse al mecanismo de la publicidad proveniente del Estado que en México históricamente ha sostenido a los medios periodísticos bajo diferentes esquemas de operación dependiendo de la época (De León, 2011). La frase atribuida al expresidente José López Portillo (que gobernó de 1976 a 1982) “no pago para que me peguen” sintetiza esa relación clientelar de los medios con el Estado.

Los ciberperiodistas independientes desarrollan al menos tres estrategias principales para resolver este punto: a) convocatorias de organismos internacionales para financiar proyectos, b) vender a otros medios – principalmente extranjeros– productos periodísticos, c) solicitar donativos de los lectores a través de

En el primer caso, responder a convocatorias de organismos internacionales, para el caso de los cibermedios mexicanos independientes, fue un aprendizaje en donde instancias de apoyo internacional a periodistas como la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) y el proyecto *Knight Center for Journalism in the Americas* de la Universidad de Texas en Austin, han sido fundamentales:

*Lo aprendimos de los colegas sudamericanos. Ellos —y los colegas gringos también— porque son expertos en éste tipo de mecanismos. Es una nueva forma de hacer periodismo, es una nueva forma de agrupar a los periodistas, es una nueva forma de financiar al periodismo... Salir al extranjero a buscar recursos, también es una forma que hemos encontrado de mantener nuestra independencia; tanto de conseguir haciendo lo único que queremos hacer, con un margen de independencia mucho más amplio. Tenemos que aprender a concursar, porque compites contra colegas de todo el mundo. Compites con colegas holandeses, con colegas de Senegal, con colegas de Ruanda, colegas de Croacia. (Fragmento de entrevista con periodista freelancer).*

Los periodistas buscan otras formas de financiamiento. Una de ellas consiste en la venta o intercambio de productos periodísticos, por supuesto, no en el volumen y la capacidad de distribución de las grandes agencias informativas, pero sí en su principio fundamental: ofrecer el servicio de dotación de información para otros medios. El valor agregado que ofrecen es el del ángulo crítico y la profundidad que no tienen las agencias informativas tradicionales centradas en el dato neutral y la inmediatez.

*Por ejemplo, con la agencia de Brasil, cualquier cosa que pase, nosotros podemos tomar la información. Es más, ya ni siquiera le tenemos que decir “Oye, vamos a tomar tu información”, sino que ya es un acuerdo previo que tenemos. Entonces, en algunas es intercambio de material; yo puedo obtener su trabajo en vídeo, trabajo en fotografía, y lo podemos publicar, y ellos obtienen los de nosotros. En otros, sí hay un pago que se puede otorgar, pero eso son ya los acuerdos que tienes que realizar con los medios; hay medios que no tienen tanto dinero como para pagar, pero hay otros que sí tienen y sí podrían dar una pequeña parte de los gastos de la cobertura. (Fragmento de entrevista con periodista de fundador de medio independiente)*

La opción de las aportaciones del público, es un asunto difícil. A pesar de que los medios independientes constantemente están solicitando esas aportaciones como una forma de apoyo de parte de los consumidores de información, sin embargo, todavía no constituye un recurso suficiente.

*En eso estamos trabajando, con los colegas de Estados Unidos; por ejemplo, los de Propública se financian con recursos de Open Society, vamos, con los brasileños, que también se financian con éste tipo de recursos. Ellos ya entendieron que hay formas de que, si hay concursos internacionales, pueden hacer también que gente de sus países vuelva a contribuirles de recursos. Los chilenos, que se financiaban inicialmente con recursos de Open Society, y que hoy lanzan campañas de financiamiento público, y la gente les responde. (Fragmento de entrevista con periodista freelancer)*

## DISCUSIÓN DE CIERRE.

La crisis económica y financiera global ha impactado directamente en el periodismo. Esto ha obligado a diversos medios en todo el mundo a realizar estrategias para asegurar la viabilidad de su actividad ante un mercado publicitario colapsado. En México, sin embargo, los medios periodísticos sobreviven en la opulencia gracias a la derrama de los gastos de la difusión estatal, que los protege de los vaivenes del mercado, siempre y cuando sean disciplinados en el tratamiento de la información, como lo refiere la amplia literatura producida sobre el tema que ya ha sido referida.

En el espectro mediático mexicano, emergen los cibermedios independientes, los cuales significan una innovación en este contexto. La innovación es múltiple: es técnica por las plataformas tecnológicas que establecen sinergias de sitios web y medios sociales con todas sus posibilidades técnicas; es organizativa porque está cimentada en nuevas formas de propiedad y operación colaborativa y horizontal entre los periodistas que conforman el medio y los colegas de otros medios; es editorial porque cuestionan la forma tradicional de hacer periodismo, reivindicando la relación de éste con las causas sociales, la denuncia de los abusos y la corrupción, en un contexto en donde la corrupción, la opacidad y la violación a los derechos humanos son sistémicas<sup>159</sup>; y es financiera, debido a que sus economías son formuladas bajo esquemas solidarios y sociales.

Estos factores están íntimamente relacionados entre sí. No se puede definir de manera clara cuál de ellos es la causa y cuál la consecuencia. Ocurren como una estrategia de los agentes para inscribir proyectos periodísticos que adquieren sentido para ellos en la medida en la que les permite dar valor a su práctica profesional dentro de un marco ético que apela al compromiso cívico del periodismo. Ese compromiso los lleva a encontrar nuevos espacios discursivos y profesionales desde donde reivindicar la posibilidad de vigilar el entorno político (el modelo vigilante permanece como ideal) pero desde el “periodismo social”, debido a que el periodismo de temas políticos y económicos desde donde se hace esa tarea en las democracias avanzadas, se encuentra colonizado por las prácticas clientelares en las democracias transicionales postautoritarias como la mexicana.

<sup>159</sup> Para una discusión más profunda sobre el tema revísense a Buscaglia (2013) y Calveiro (2012).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Almiron, N. (2006). Pluralismo en Internet: el caso de los diarios digitales españoles de información general sin referente impreso. *Ámbitos*, 15, 9-31.
- Bohmann, K. (1994). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: Alianza.
- Buscaglia, E. (2013). *Vacíos de poder en México*. México: Random House Mondadori.
- Calveiro, P. (2012). *Violencias de Estado*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- De León, S. (2011). Comunicación pública, transición política y periodismo en México: el caso de Aguascalientes. *Comunicación y Sociedad*, 15, 43-69.
- Demers, F. (2002). La démocratisation du journalisme ou le passage à la gestion d'un droit de parole généralisé: le cas mexicain. *Le cahiers du journalisme*, 10, 248-269.
- Demers, F. (2005). La convergence comme nouvelle pratique journalistique. En Bernier et al, *Pratiques novatrices en communication publique. Journalisme, relations publiques et publicité (77-102)*. Quebec: Les Presses de l'Université Laval.
- Fernández, F. (1993). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos.
- Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Tres tiempos.
- Fonseca, A.M., Diz, H. & Dos-Santos, M.J. (2016). O crowdfunding como financiamento do jornalismo de investigação em Portugal. *Palavra Chave* 19(3), 893-918.
- González, J.C. (2014). *Construcción social de la noticia: negociación de los criterios de noticiabilidad en el cibermedio mexicano*. Tesis de maestría. Universidad Autónoma de Aguascalientes, México.
- Hallin, D. (2000). Media political power, and democratization in Mexico. En Curran, J. & Park, M-J. *Dewesternizing media studies*. Estados Unidos: Routledge.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2004).
- Harlow, S. & Salaverría, R. (2016). Regenerating journalism. *Digital Journalism*, 4(8), 1001-1019.
- Harnischmacher, M. (2015). Journalism after all: professionalism, content and performance —A comparison between alternative news websites and websites of traditional newspaper in German local media markets. *Journalism*, 16(8), 1062-1084.
- Hernández, M.E. (2004). Del pasado reciente al contexto actual. Mirada sociológica al periodismo mexicano. *Revista Mexicana de Comunicación*, 89, 31-37.
- Lemus, C. (2017). *La comunicación alternativa en la era digital. Procesos, prácticas y actores en el contexto de los jóvenes mexicanos*. Tesis del Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, México.
- Mellado, C., Márquez, M., Alonso, M.O., Mick, J. & Amado, A. (2016). Puesta en práctica de los roles periodísticos: un estudio comparado de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y México. En Amado, A. *El periodismo por los periodistas. Perfiles profesionales en las democracias de América Latina* (pp. 64-71). Argentina: Fundación Konrad Adenauer, Infocidadana.
- Ospina, A. M. (1996). *Le processus de démocratisation du journalisme mexicain dans le cadre de l'ALENA*. Tesis de Maestría, Université Laval, Quebec, Canadá.
- Maldonado, P. (2017). *Prensa y poder en el periodismo regional: la articulación del clientelismo mediático en el Estado de México*. Tesis del Doctorado en Comunicación. Universidad Iberoamericana.
- Trejo, R. (1995-96). Prensa y gobierno: las relaciones perversas. Los medios, espacios y actores de la política en México. *Comunicación y sociedad*, Núm. 25-26, 35-55.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing professionalism. Journalism and news in global perspective*. USA: Polity Press.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## **Telejournalism and transgression: Sandra Passarinho, the brazilian Tv news reporter that grew old on hegemonic television**

### **Telejornalismo e transgressão: Sandra Passarinho, a repórter brasileira que cresceu e envelheceu na tela hegemônica**

*Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e Souza<sup>160</sup>*

**RESUMO:** O artigo apresenta parte do esforço de produção de memória sobre o trabalho da jornalista brasileira Sandra Passarinho,<sup>161</sup> que se mantém na reportagem, desde os anos 70 do século XX de forma ininterrupta, a despeito dos desdobramentos do advento do ciberespaço. Primeira repórter de televisão a se tornar correspondente internacional do Brasil ao cobrir a Revolução dos Cravos em Portugal em 1974, o artigo defende a hipótese de que Sandra Passarinho transgride no tempo e no espaço ao se manter no vídeo de uma emissora hegemônica por quase cinco décadas em uma sociedade que ainda luta contra os fundamentos arcaicos de sua constituição histórica, tais como, preconceito de gênero e desigualdades diversas, entre elas, a entre homens e mulheres. O artigo busca compreender se, e, em que medida, ao alcançar 67 anos como esfera central de produção de sentido no País, o telejornalismo colabora para a superação do machismo arraigado, e para a valorização da mulher, ao manter uma repórter sexagenária em atividade.

**PALAVRAS CHAVE:** Telejornalismo 1, Sandra Passarinho 2, Transgressão 3.

Esta investigação diz respeito ao trabalho e à imagem da repórter Sandra Passarinho que reverberam no espaço público brasileiro desde a década de 1970 até os dias atuais, de forma ininterrupta, independentemente das transformações sociais, políticas e tecnológicas que a sociedade brasileira, o País e o meio televisivo tenham sofrido neste período de quase cinco décadas.

A constatação de carreira longa no telejornalismo brasileiro, como a da repórter Sandra Passarinho na Rede Globo de Televisão, leva a pesquisa a interrogar se o jornalismo audiovisual pode contribuir para retirar o véu de invisibilidade na visibilidade silenciosa da mulher na sociedade (PERROT, 1998). Ainda que representem 52% da população, as mulheres não ocupam mais que 36% do tempo de presença na televisão mesmo em países considerados avançados, como apontou, recentemente, o Conselho Superior de Audiovisual<sup>162</sup> francês (CSA 2017). Nesta paisagem audiovisual, o jornalismo pode ser considerado campo de produção simbólica, em que, através do trabalho profissional, mulheres lograram deixar marcas de competência visíveis socialmente.

São objetivos a serem perseguidos por esta pesquisa: através da carreira desta jornalista, o telejornalismo colabora para a valorização do trabalho da mulher em geral e para uma possível desmistificação de preconceitos tais como, a exigência de juventude na vida profissional? Que essência se pode apreender desta discreta repórter que se manteve no trabalho mais pesado do jornalismo - a reportagem, sem cair no ostracismo da idade ou no chamariz do estrelato de celebridades? Entende-se por discriminação a qualidade de não buscar chamar atenção, mas revelar sobriedade e simplicidade no que faz e como se comporta.

A hipótese que ocorre à pesquisa quando se tenta apreender algo de tão extensa carreira, cuja imagem se construiu no vídeo e no cotidiano ao alcance do olhar do telespectador brasileiro ao longo de quase meio século, diz respeito à repórter Sandra Passarinho ter transgredido no tempo e no espaço. Transgressão esta, não no sentido do entendimento de crime,

<sup>160</sup> Letícia Renault é professora do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília- FaC/UnB. Doutora em Comunicação pela UnB. No momento, faz Pós-doutoramento no Centro de Pesquisa em Imagens e Sons Midiáticos-CEISME da Universidade Sorbonne Nouvelle Paris 3. Brasil. ml\_renault@yahoo.com.br

<sup>161</sup> Sandra Almada Laukenickas é jornalista de televisão desde 1969. Nasceu no dia 14 de abril de 1950 no Rio de Janeiro. O sobrenome lituano de difícil pronúncia a levou a adotar profissionalmente o apelido, Passarinho.

<sup>162</sup> O Conselho Superior de Audiovisual - CSA, é o órgão criado para garantir a liberdade audiovisual na França, criado em 17 de janeiro de 1989. Para conhecer: <http://www.csa.fr/>



delito, infração, mas o ato de transgredir no sentido filosófico proposto por Michel Foucault (2009). Para Foucault, transgredir é romper o limite. Levar o limite conhecido, demarcado, imposto a um novo território, como se discute a seguir<sup>163</sup>.

## 1 DISCUSSÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

A análise parte do entendimento de Marc Lits (2008) de que o jornal insere o homem na história. Nesta condição, o telejornal - meio central de informação em sociedades como a brasileira, ainda com a dívida social do analfabetismo - está segundo Patrick Charaudeau (2005, p. 186) no lugar por excelência de articulação entre o mundo exterior, o estúdio e o telespectador; a televisão, que assegura a “*mise en scène*” no diálogo público. Assim, o lugar “por excelência” ocupado pela televisão como espaço de construção de sentido em seus bastidores de produção, reportagem, edição e exibição de conteúdos é conectado não só ao mundo exterior, onde se desenrolam os fatos da história dos homens, mas ao mundo individual de cada homem, na atualidade, webtelespectador, nova condição a que ascendeu com o ciberespaço. Com a tecnologia digital, a televisão, “lugar por excelência de articulação” (CHARAUDEAU, 2005) por cumprir a dupla função de “instancia mostradora e mostrada”, desaguou na internet, aonde transbordou, expandiu, reverberou sua multimídia consolidada no século XX.

O jornalismo permitiu à mulher, jornalista profissional, irromper na esfera pública mediatizada através de sua capacidade de escrita e ascender ao campo de ação política exclusivo dos homens durante a maior parte da história. Ação política por se tratar de ação humana na sociedade. Através do jornalismo, mas especificamente da reportagem, a mulher jornalista ascendeu à esfera pública como profissional pela palavra, imagem, logo o discurso. “A reportagem jornalística aborda um fenômeno social ou político que ela tenta explicar” define Charaudeau (2005, p.185). A função de reportar exige a capacidade de observação dos eventos para reconta-los, reporta-los ao outro, função esta que, ainda segundo Patrick Charaudeau (2005, p.186), coloca o profissional “em uma situação desconfortável” tendo em vista que este se encontra na conjunção dos três espaços de construção de sentido por ele apontados.

Marlène Coulomb-Gully (1999, p.19) considera que o telejornalismo criou uma “ligação existencial entre o jornalista-repórter e o público”, elevando o repórter à condição de “um dos personagens chave da informação televisiva” (COULOMB-GULLY, 1999, p.19). Sandra Passarinho atesta a responsabilidade desta ligação e o desconforto apontado por Charaudeau quando instigada a analisar como se dá a busca pela objetividade jornalística. Para ela “você procura, em tese, uma objetividade, uma imparcialidade”, mas salienta que:

*“... quando eu chego lá e aponto a câmera pra cá e pra lá, o fato de apontar são escolhas. Eu escolhi mostrar aquilo que para mim é a verdade daquele fato naquele momento. Isto é uma escolha, portanto, imparcialidade sem por cento não existe. Como não existe na vida. Você tem que fazer escolhas. (...) Então, você vai ser imparcial na medida do possível e vai ser objetiva na medida do possível, porque você vai tirar daquilo aí o que é a verdade do fato.”*

### 1.1 NO TELEJORNALISMO HÁ ESPAÇO PARA A TRANSGRESSÃO?

Em sociedades que se guiam pela tecnologia, fruto da razão, o desencantamento, segundo Michel Foucault (2009, p. 31) desencadeou um mundo que acontece e em que se vive “na experiência do limite, se faz e se desfaz no excesso que a transgredir”. Para Foucault (2009, p.32), “a transgressão é um gesto relativo ao limite; é aí na tênue espessura da linha, que se manifesta o fulgor de sua passagem, mas talvez também sua trajetória na totalidade, sua própria origem. A linha que ela cruza poderia também ser todo o seu espaço.” O autor esclarece que limite e transgressão “devem um ao outro a densidade de seu ser.”

*A transgressão não se opõe a nada, não faz nada deslizar no jogo da ironia, não procura abalar a solidez dos fundamentos: não faz resplandecer o outro lado do espelho para além da linha invisível e intransponível. Porque ela, justamente, não é violência em um mundo partilhado (em um mundo ético) nem triunfa sobre limites que ela apaga (em um mundo dialético ou revolucionário), ela toma, no âmago do limite, a medida desmesurada da distância que nela se abre e desenha o traço fulgurante que a faz ser. Nada é negativo na transgressão. Ela afirma o ser limitado, afirma o ilimitado no qual ela se lança, abrindo-o pela primeira vez à existência. (FOUCAULT, 2009, p.33)*

## 2 METODOLOGIA

O processo de investigação evidenciou desde o início a relevância de ir-se ao encontro da jornalista Sandra Passarinho, objeto de nosso interesse acadêmico, tendo em vista ser, justamente sua presença na reportagem ainda na atualidade, o motivo que nos incita. Desta forma, toma-se aqui, deliberadamente, um ponto de vista a partir da fala da jornalista Sandra Passarinho, do relato oral de suas experiências e pensamentos. A intenção é buscar fazer a repórter sexagenária conversar com a pioneira dos anos 70, num diálogo que produza uma memória para a evolução do telejornalismo brasileiro.

<sup>163</sup> A reflexão de Michel Foucault em Prefácio à Transgressão (2009) parte da discussão sobre a sexualidade moderna e ilumina nosso esforço de investigação.

Em tempos, em que entrevistas mediadas por suportes eletro digitais já são assimiladas pelos teóricos em métodos e técnicas de pesquisa, considera-se, que a entrevista face a face ainda é um instrumento de coleta de dados adequado para tomar contato, registrar e apreender o conhecimento de determinadas pessoas sobre seus domínios de ação (GIL, 2008).

A investigação se deu, especialmente, sobre a entrevista face a face com a repórter Sandra Passarinho no dia 25 de novembro de 2016 na cidade do Rio de Janeiro no Brasil que resultou em quase 3 horas de conversa gravada. Esta entrevista constituiu o *corpus* analítico do artigo. A decisão de entrevistar a jornalista Sandra Passarinho face a face se mostrou muito acertada, diante da constatação de que a Rede Globo de Televisão não possui nenhum arquivo de toda a cobertura que a repórter e o colega repórter cinematográfico, Orlando Moreira<sup>164</sup>, realizaram no período em que cobriram a Revolução dos Cravos.

A inexistência de qualquer material de arquivo desta cobertura foi informada pela supervisora executiva de Relações Externas da Globo Universidade, Viviane Tanner, em mensagem eletrônica do dia 20 de abril de 2017, enviada às 12:50h: - “Infelizmente, por conta dos incêndios que aconteceram na Globo anos atrás, não sobrou nada da repórter Sandra Passarinho cobrindo a Revolução dos Cravos.”

Logo no início da entrevista, o primeiro achado de pesquisa: - a voz de Sandra Passarinho em pessoa, tal e qual a que vai ao ar. A voz no telejornal indica necessitar de uma sinceridade, algum tipo de verdade, indissociável da imagem do ser humano que aparece no vídeo. Para Sandra Passarinho, “por mais que as reportagens tenham um formato de reportagem, tem pessoas que fazem mais diferença. Eu acredito que passa de quem tá no ar, alguma coisa pra quem vê, é por isso que você tem que manter o mínimo daquilo que você é, porque passa pra quem vê”. A voz é um dos elementos que dota de autoridade no vídeo a mulher de estatura mediana, no entanto, a voz feminina percorreu um longo caminho para provar ser confiável como a masculina que dominava o jornalismo audiovisual em seus primórdios (SANDERS, 1994).

### 3 “FOI A TELEVISÃO QUE ME ESCOLHEU.”

No Brasil, em 1969, a jovem Sandra aceitou um estágio na redação da Tv Globo no Rio de Janeiro aos 19 anos de idade, porque, como conta, ficou sem ter o que fazer quando a escola em que tinha sido aprovada no vestibular foi fechada pelo governo militar.

*“Mas a profissão me achou, porque eu estava no cursinho pré-vestibular, tinha um amigo que trabalhava na Tv Globo. Ele era produtor aqui. Ele se chama Wladimir Godoy. Ele é do Espírito Santo e hoje está na Tv do Espírito Santo lá. Ele vivia me dizendo lá no cursinho: - Sandra, você não quer fazer estágio, não? Acho que vc levaria jeito para fazer um estágio no jornalismo. Por que, não? Ai eu dizia:- ah, não! Agora, não. Tô aqui estudando. Eu tô aqui estudando. Quero fazer o vestibular. Quero cursar Ciências Sociais e tal. Ele insistia. Ele insistia, insistia, insistia, insistia. Sempre insistiu. Isso em 68 no cursinho. Ai eu passei em 69 pro IFCS. O IFCS foi fechado. O IFCS foi fechado e eu falei:- Gente o que eu vou fazer agora? Eu não queria perder o embalo. Foi fechado por impedimento político. O Instituto de Filosofia e Ciências Sociais era um centro da intelligentsia carioca. Tinha excelentes professores. Muitos foram exilados. Foram jubilados por idade. Aposentados ou precocemente aposentados. O governo disse, isso aqui é um foco de agitação. Para eu não perder aquele embalo do que eu tava afim, de curiosidade, falei: - Bom quem sabe eu vou ligar pra esse moço. Liguei pra ele e perguntei:- Wladimir, aquele estágio que você vivia me oferecendo no ano passado, ainda dá pé? Ele disse assim:- Dá, Sandra! Que bom que você aceitou. Vem. Vem. Ai eu comecei. Foi assim!”*

A estagiária entrou em um ambiente de trabalho de homens, quando a televisão brasileira era ainda um campo profissional em formação, mas que já havia demonstrado capacidade de gerar o novo desde a instalação no País. Sabe-se que os técnicos brasileiros que colocaram a Tv Tupi no ar em 18 de setembro de 1950 em São Paulo nunca haviam visto o funcionamento de uma televisão, mas foram capazes de realizar a transmissão e manter o canal no ar dali por diante<sup>165</sup>. Ao abrir a oportunidade para uma jovem em um país conservador, aonde a maioria das mulheres ainda era destinada às tarefas domésticas e tinham poucas oportunidades de escolaridade e no mercado profissional, o telejornalismo acenou com disposição para investir na potencialidade do trabalho feminino.

Sandra Passarinho relembra que já havia outras mulheres na redação quando foi, segundo ela “admitida” pela TV Globo<sup>166</sup> em 1970, cerca de ano após começar como estagiária. Pode-se considerar que Sandra e as demais colegas pioneiras começaram, no dizer de Foucault, a mover a linha que limitava o jornalismo aos homens. Iniciaram a transgressão

<sup>164</sup> No momento deste artigo, o repórter cinematográfico Orlando Moreira tem 73 anos de idade. Tal como a jornalista Sandra Passarinho, segue trabalhando na Rede Globo de Televisão no escritório em Nova Iorque nos Estados Unidos.

<sup>165</sup> Para saber mais sobre a instalação da televisão no Brasil, ver: MORAIS, FERNANDO. *CHATÔ- O rei do Brasil*. São Paulo. CIA DAS Letras. 1994. pg. 496 – 501.

<sup>166</sup> Hoje hegemônica em audiência, anunciantes e capacidade tecnológica de produção e de transmissão, considerada a maior do Brasil, a Rede Globo de Televisão era na época um canal embrionário. A televisões pioneiras Tupi e Excelsior detiveram a audiência em entretenimento e jornalismo nos anos 1960. Tiveram as concessões cassadas pelo governo militar.

silenciosa, “sem violência”. Não haveria volta. Seguiria lenta e ininterruptamente abrindo espaço para o trabalho remunerado e o talento da jornalista mulher.

Outra marca que chama a atenção no depoimento da jornalista sobre seu começo no telejornalismo, é a demonstração do espírito de equipe, qualidade imprescindível para o profissional da reportagem de televisão. Quarenta e sete anos após sua chegada à redação, Passarinho ainda enumera nominalmente os colegas que a receberam, além de se deter sobre suas qualidades e o destino de alguns.

Sandra Almada Laukenickas nasceu no dia 14 de abril de 1950 no Rio de Janeiro. No dia em que foi entrevistada para esta pesquisa afirmou ter 66 anos de idade. Durante toda a entrevista reforçou que não decidiu ser jornalista. Insiste que “foi a profissão que me descobriu. Eu não pensava em ser jornalista.” Sandra afirma que “queria estudar Ciências Sociais, porque eu gostava de ler, gostava de escrever”. E completa confirmando a marca latente na jovem, que o contato com o jornalismo cuidou de trazer à tona: - “Eu tinha gosto pelo texto desde cedo”, conclui Sandra Passarinho.

A primeira experiência com a cobertura internacional aconteceu ainda no Brasil sob a vigência do Ato Institucional número 5<sup>167</sup>. Sandra Passarinho fez parte da equipe do Jornal Internacional, telejornal que ia ao ar no fim do dia, segundo Sandra “as 10 ou 11, uma coisa assim”. A equipe era formada pelo editor-chefe, Carlos Castilho e os editores, Jorge Pontual e Sandra Passarinho.

*“Era muito bom, porque era um programa essencialmente de texto. (...) Por que Jornal Internacional? Que por aí a gente podia falar de coisas que não se podia falar no noticiário nacional. Nós cobrimos com bastante decência a crise no Chile, o golpe no Chile. Nós cobrimos com muita decência. Até porque, o Castilho dizia: - os censores devem estar dormindo a esta hora”.*

No período do Jornal Internacional Sandra Passarinho iniciou sua trajetória de correspondente internacional: “Eu fiz a volta do Cãmpora<sup>168</sup> na Argentina, não sei o que mais na Argentina, não sei o que no Panamá.”

### 3.1 “UM MOMENTO HISTÓRICO. UMA CONFUSÃO DANADA”

Pode-se considerar que a jornalista Sandra Passarinho seguiu movendo “a linha” transgressora e ampliando o território do jornalismo à mulheres quando, aos 24 anos tornou-se a primeira correspondente brasileira enviada pela Rede Globo de Televisão enviada à Europa para fazer a cobertura da Revolução dos Cravos em Portugal em abril de 1974<sup>169</sup>. Foi acompanhada pelo repórter cinematográfico Orlando Moreira. A missão da equipe formada por dois jovens profissionais com pouca experiência foi abrir o primeiro escritório internacional da emissora. A jornalista conta que “ainda não estava decidido se seria em Genebra ou em Londres. A nossa ida foi antecipada pela Revolução dos Cravos.” A jornalista considera que “aquilo foi uma coisa extremamente marcante na minha vida.” E explica:

*“Então aquilo foi uma descoberta em todos os sentidos do trabalho jornalístico mais apurado, descobertas de critérios, de esquerda, de direita, o que era se manifestar. Eu conhecia as manifestações como estudante, né? Você não tinha informação. De repente, Portugal renasceu para o mundo. Foi a nova era das navegações, uma coisa assim.” (Ela sorri ao finalizar a frase.)*

O dia a dia da cobertura em Portugal foi um aprendizado com jornada exaustiva. Passarinho conta que “as vezes dormia 3 horas por dia”. Numa época em que se gravava em filme e era necessário revelar, a equipe nem sempre viu o resultado do trabalho que foi levado ao ar.

*“Era muito complicado trabalhar naquela situação na televisão portuguesa, também todas as televisões do mundo estavam lá. Aquilo pra mim foi uma descoberta maravilhosa do mundo. Um momento histórico. Uma confusão danada.”*

E porque uma mulher e não um homem foi escolhido pelo jornalista Armando Nogueira, diretor de Jornalismo da Rede Globo para chefiar a equipe enviada à Europa? “Eu era pessoa certa, no lugar certo, na hora certa. Eu era a pessoa certa, no lugar certo na hora certa. Isto faz a diferença na vida”, diz Passarinho.

Se em 1974, o telespectador brasileiro pode acompanhar a cobertura jornalística da Revolução dos Cravos em Portugal feita por uma equipe chefiada por uma jovem mulher nos telejornais da Rede Globo, o mesmo não aconteceu,

<sup>167</sup> Ato Instrucional número 5 decretado pelo governo do General Costa e Silva em 13 de dezembro de 1968 fechou o Congresso Nacional do Brasil, extinguiu o *habeas corpus* e impôs a censura aos meios de comunicação. Vigorou até 1978.

<sup>168</sup> Héctor José Cãmpora Demaestre, presidiu a Argentina de maio a julho de 1973. Elegeu-se presidente, convocou novas eleições e renunciou abrindo caminho para Péron se reeleger em 1973.

<sup>169</sup> A chamada Revolução dos Cravos ou Revolução de 25 de abril diz respeito ao movimento social que depôs o regime ditatorial do Estado Novo, que vigorava desde 1933 e abriu caminho para redemocratização de Portugal com a promulgação de uma nova Constituição dois anos depois.

com telespectadores de países democráticos e desenvolvidos à época. Marlene Sanders conta que em 1973, a ABC contratou a jornalista Hilary Brown como sua primeira mulher correspondente internacional baseada em Paris, mas “com medo de enviá-la a uma zona de guerra, voltou atrás no último minuto” na decisão de mandar Brown cobrir a Revolução Portuguesa (SANDERS, 1994, p. 67).

E o que motiva Sandra Passarinho ao longo de 48 anos de reportagem no telejornalismo?

*“Primeiro a curiosidade. Minha primeira motivação é saber como as coisas funcionam. É claro, que eu pertencia à aquela geração que achava que ia mudar o mundo. Que não mudou, mas a geração que ia mudar o mundo, né? Mas isso era muito bom na juventude, na adolescência, porque isso fazia com que a gente tivesse um outro olhar pras coisas, pro que estava em volta. E você ter vontade de atuar sobre aquilo.”*

E no telejornalismo pode-se agir para mudar o mundo?

*“Eu acho que o jornalista pode fazer alguma coisa pelos outros. No mínimo. Ele pode fazer. Você vê, ao longo do tempo, a informação e a informação televisiva, hoje digital, foi se tornando cada vez mais importante, porque ela foi chegando mais perto das pessoas e foi sendo disponibilizada numa escala maior. Então, de certa forma, porque a gente fala pra mais gente ficou mais claro ainda o nosso papel. Já que você fala pra tanta gente, então vamos dar um foco aí.”*

### **3.2 UM LONGO PERCURSO DE TRABALHO: OUTRA FORMA DE FAZER A REVOLUÇÃO FEMINISTA?**

A hipótese de que a carreira de quase cinco décadas de Sandra Passarinho possa ser vista em sua totalidade como um ato de transgressão pode ser considerada um exagero, quando, na atualidade as redações são comandadas por mulheres, que também já são maioria no vídeo. No entanto, como nos lembra Foucault, a transgressão se manifesta não só na linha tênue que move, mas “também sua trajetória na totalidade, sua própria origem. A linha que ela cruza poderia também ser todo o seu espaço.”

Sandra Passarinho considera que “a mulher faz qualquer coisa que o homem faz. Vai pra guerra. Vai tudo. Como o repórter homem faz coisas que só mulheres faziam. Tudo bem. Que bom! Que bom que quebrassem as barreiras!” E como tantas outras mulheres em seus campos profissionais, ela as quebrou. Ao ser “escolhida” pela televisão, também escolheu seguir nela, tecendo seu texto cotidiano na reportagem, amadurecendo e envelhecendo aos olhos da audiência brasileira. Dentro das condições que o emprego em um canal de televisão hegemônico possibilitou, Passarinho, através de suas andanças de repórter, seu texto, voz e imagem tão conhecidos do telespectador, ajudou a mover a linha do território de ação das mulheres numa insistente e contínua revolução feminista pela via do trabalho.

Na televisão brasileira, a sua maneira, Passarinho alargou ainda mais o território que dois séculos antes Flora Tristan<sup>170</sup> - a francesa filha de um peruano considerada a primeira grande repórter-, começou a edificar. Território este estendido no século XIX pela americana Nellie Bly, legendária pioneira do jornalismo imersivo ao dar a volta ao mundo em 72 dias em 1889 e ter se internado em um hospício para denunciar as más condições infligidas aos pacientes<sup>171</sup>. Com a cobertura da Revolução dos Cravos, o telejornalismo ajudou a revolucionar o jornalismo brasileiro ao dar autoridade de fala no vídeo a uma mulher dentro dos lares brasileiros.

Ao seguir por quase meio século nesta profissão de repórter que exige esforço físico, tanto quanto intelectual, Sandra Passarinho transgrediu de forma “silenciosa” e “positiva”, mesmo “sem abalar a solidez dos fundamentos” no âmago de uma emissora hegemônica. Transgrediu ao manter fisionomia coerente com a idade, cabelos grisalhos, estendendo o limite da vida útil e talentosa das mulheres para mais de 60 anos, o que muda o paradigma da exigência de juventude para o da autoridade de fala construída ao longo do trabalho cotidiano a adentrar as telas dos lares de uma sociedade que ainda insiste em ser machista e desigual, além de negligenciar seus cidadãos idosos.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A primeira consideração a ser feita é assinalar, tal como Coulomb-Gully, que enquanto no Brasil, o regime mudou, a economia deu voltas, presidentes democraticamente eleitos se sucederam e foram até impedidos; o telejornalismo foi transformado pelo digital e pela internet; Passarinho “se mantém” dedicada trabalhadora do seu ofício - a reportagem, o que a configura, uma discreta heroína do cotidiano no vídeo dos telejornais brasileiros.

Ao se manter na reportagem por mais de 47 anos tratando os mais diversos temas na “instância mostradora e mostrada” que é a televisão, Sandra Passarinho, seu texto, imagem, voz e esforço pessoal podem ser compreendidos reverberando na sociedade brasileira a favor do reconhecimento das capacidades e habilidades da mulher nos diversos

<sup>170</sup> VEAUVY, Christine et PISARRO, Laura. (1997). *Paroles oubliées*. Paris: A. Colin.

<sup>171</sup> BLY, Nellie. (2016). *Le tour du monde en 72 jours*. Paris: Éditions Points.

campos profissionais, onde esta mulher ainda luta por condições de trabalho, contra os diversos tipos de assédio e pela equiparação salarial com os homens.

## BIBLIOGRAFIA

- CHARAUDEAU, Patrick. ( 2005). *Les médias et l'information*. Bruxelles: Éditions De Boeck.
- COULOMB-GULLY, MARLÈNE. (1999). *Les informations télévisées*. Paris: Presses Universitaires de France.
- COULOMB-GULLY, MARLÈNE. (2016). *8 FEMMES SUR UM PLATEAU. TÉLÉVISION, JOURNALISME ET POLITIQUE*. Paris: Nouveau Monde éditions.
- FOUCAULT, MICHEL. Prefácio à transgressão. (2009). In: *Estética: literatura e pintura, música e cinema*. Organização e seleção de textos Manoel Barros da Motta. 2 ed – Rio de Janeiro: Forense Universitária. (p. 28-46)
- GIL, Antonio Carlos. (2008). *Métodos e técnicas de Pesquisa Social*. - 6 ed. São Paulo: Atlas.
- LITS, MARC.(2008). *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles: Éditions De Boeck Université.
- PERROT, Michelle. (1998). *Les femmes ou les silences de l'histoire*. Paris: Flammarion.
- SANDERS, Marlene; ROCK, Marcia. (1994). *Waiting for PRIME TIME. The women of Television News*. Champaign, Illinois: Illini Books edition.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## **Identidade, cultura e nação: as intervenções “intelectuais” nas páginas de opinião do *La presse* (Quebec) e *Jornal do Brasil* (Brasil) entre 1984 e 1993**

### **Identity, culture and nation: intellectuals' interventions in the opinion pages from *La Presse* (Quebec) and *Jornal do Brasil* (Brasil) from 1984 to 1993**

*Fábio Henrique Pereira<sup>172</sup>*

**RESUMEN:** Esta ponencia analiza la evolución de las intervenciones intelectuales en las páginas de opinión de un periódico brasileño, *O Jornal do Brasil*, y de un quebequense, *La Presse*, en el periodo entre 1984 y 1993. El estudio ha considerado los siguientes indicadores: el estatuto de las personas que publicaran en las páginas de opinión; las temáticas adoptadas y la manera como el asunto de identidad nacional e articulada; y los cambios en las formas de intervención intelectual. Para eso, un análisis textual (contenido y discurso) fue aplicado. Busco-se restituir las temáticas que emergieran en los artículos a sus contextos nacionales, y profundando-se particularmente en la cuestión de la identidad nacionales. Los resultados permitieran entender, a partir de otro punto de vista, las relaciones entre periodismo y sociedad.

**PALABRAS CLAVE:** Intelectuales, Opinión, Periodismo.

**RESUMO:** Esta comunicação analisa a evolução das intervenções intelectuais nas páginas de opinião de um jornal brasileiro, *O Jornal do Brasil*, e um jornal quebequense *La Presse*, no período de 1984 a 1993. O estudo considerou os seguintes indicadores: o estatuto das pessoas que interviam nas páginas de opinião; as temáticas adotadas e a forma como a questão da identidade nacional é articulada; e as mudanças nas formas de intervenção intelectual nas páginas de opinião. Para isso, uma análise textual (conteúdo e discurso) foi empregada. Ela buscou restituir as temáticas que emergiram nos artigos aos contextos nacionais, aprofundando-se particularmente na questão da identidade nacional. Os resultados permitiram analisar, a partir de um outro ângulo, as relações entre jornalismo e sociedade

**PALAVRAS CHAVE:** Intelectuais, Opinião, Jornalismo.

**ABSTRACT:** This paper studies intellectual interventions on the opinion pages from a Brazilian newspaper, *O Jornal do Brasil*, and from the Quebec-Canadian newspaper *La Presse*, from 1984 to 1993. The study considered the following indicators: the status from people who engaged themselves on these pages; the subjects adopted on these articles and the way they describe the national identity issue; the general changes on intellectual interventions in these opinion pages. To accomplish that, a textual analysis (content and discourse) was employed. It aimed to reinsert the themes that emerged from the corpus to its national context. We was particularly interested on the matter of the national identity. The results allowed us to study, from a new framework, the relations between journalism and society.

**KEY WORDS:** Intellectuals, Opinion, Journalism.

## **INTRODUÇÃO**

Tradicionalmente, as reflexões sobre as relações entre jornalismo e sociedade no Brasil têm sido analisadas a partir de um ponto de vista midiacêntrico (Motta, 2005) dos relatos noticiosos produzidos pelos jornalistas. A ideia da polifonia do discurso jornalístico acaba sendo limitada ao trabalho de mediação crítica que os jornalistas fazem do discurso das fontes e dos diferentes interdiscursos que se cruzam na produção da informação, sem se atentar às demais formas de colaboração da sociedade na produção de sentido pela mídia.

Pensar no papel dos articulistas das páginas de opinião pode se constituir em uma proposta de trabalho interessante na medida em que permite deslocar o olhar em relação ao processo de agendamento entre jornalistas e outros atores sociais, centrando-se, neste caso, nas estratégias destes últimos de influenciarem a opinião pública ao proporem temáticas originárias

<sup>172</sup> Fábio Henrique Pereira. Professor do Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (Brasil) e pesquisador associado aos centros de pesquisa ReSIC e Lapij (ULB-Bélgica), Arènes (França) e CRICIS (Canadá). Doutor em Comunicação pela UnB. E-mail: fabiop@unb.br.

de suas próprias agendas. Ao mesmo tempo, ao negociam suas participações nos espaços de opinião dos jornais, os articulistas podem tentar subverter o papel da mídia na sociedade ao proporem reflexões de caráter mais “intelectual”.

Esta problematização pode ainda ser complexificada na forma como essas intervenções são sempre nacionalmente situadas. Ou seja, a abertura de espaços de opinião a certas figuras da sociedade revela os processos de negociação entre jornalistas e articulistas em relação às temáticas abordadas nas páginas de opinião. E também a própria evolução de questões nacionais consideradas relevantes por esses atores em determinados momentos da história. Nesse sentido, a realização de leituras diacrônicas e comparativas dessas intervenções intelectuais poderia ser vista como uma janela para entender transformações mais amplas de contextos midiáticos, políticos e sociais.

Essas constatações são o ponto de partida para esta comunicação, que busca analisar a evolução das intervenções intelectuais (em um sentido mais amplo) nas páginas de opinião de um jornal brasileiro, *O Jornal do Brasil*, e um jornal quebequense *Le Presse* em um período de dez anos, de 1984 a 1993. A escolha desse corpus não é aleatória. Historicamente, a constituição do debate intelectual nesses dois espaços nacionais girou em torno do ideal de construção de uma identidade cultural, muitas vezes associadas ao desenvolvimento econômico e social desses países (Cf. Aubin, 2006 Pécault, 1990; Pereira, 2011; Ridenti, 2005). No Brasil, essa questão vai orientar a emergência de movimentos artísticos (a partir da semana de 1922), políticos e intelectuais (como os grandes ensaios de reflexão sobre a identidade nacional) ao longo de todo o século XX. No Québec, será sobretudo a partir dos anos 1950, com um movimento intelectual que vai culminar na “Revolução Tranquila”, que o debate sobre a identidade se tornará central no movimento (político e intelectual) que está por trás do nacionalismo quebequense. Dentro desse contexto mais amplo, optamos por analisar um período específico, que vai do início dos anos 1980 aos 1990. Este parece ser um momento de inflexão nesse debate, na medida em que uma série de eventos políticos nacionais (a redemocratização no Brasil, o fracasso do primeiro referendo de independência no Québec) e internacionais (o início da globalização, emergência do neoliberalismo, o fim do socialismo real) parecem afetar os diferentes espaços intelectuais dos dois países.

Dessa forma, uma leitura histórica comparativa parece se impor ao nosso objeto, o que sugere a seguinte pergunta de pesquisa: como, em contextos nacionais diferentes, com sistemas midiáticos e meios intelectuais distintos, a questão da identidade nacional é tratada pelos diferentes atores que intervêm na página de opinião de dois veículos de mídia de relativa relevância nesses dois países? Ora, mesmo que esta comunicação não tenha condições de avançar em uma perspectiva comparativa estrita, esta pergunta permite estruturar a nossa dupla problematização: por um lado, as apropriações que diferentes atores sociais fazem da opinião no jornalismo; por outro, na relação entre contexto sócio histórico e as modalidades de intervenções sobre a identidade nacional no Brasil e no Québec.

Embora esta comunicação não consiga dar conta de toda essa problematização, tentaremos apresentar aqui os resultados preliminares e que podem se constituir como o ponto de partida para um projeto mais estruturado sobre as intervenções de atores (políticos, midiáticos e intelectuais) no jornal. Para isso, após a apresentação de uma breve nota metodológica, nos concentraremos na análise sociológica desse conjunto de jornais, considerando os seguintes indicadores de análise: 1. O estatuto das pessoas que intervêm nas páginas de opinião; 2. As temáticas adotadas e a forma como a questão da identidade nacional é articulada nesses artigos; 3. As mudanças nas intervenções “intelectuais” nas páginas de opinião dos dois jornais.

## NOTA METODOLÓGICA

A escolha dos dois periódicos analisados seguiu sobretudo os critérios de relevância em seus contextos nacionais e de disponibilidade do corpus. Tanto o cotidiano *La Presse*, publicado em Montreal, como o carioca *Jornal do Brasil* puderam ser recuperados on-line, o que nos permitiu recuperar e manipular a maior parte das edições cobertas no período 1984-1993. O *La Presse* se encontra disponível na base de dados da Bibliothèque et Archives nationales du Québec – BAnQ (<http://collections.banq.qc.ca/>). O *Jornal do Brasil* pode ser recuperado on-line (com exceção da edição de 1989) na base da Hemeroteca Digital Brasileira (<http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>), um projeto da Fundação Biblioteca Nacional.

Para estruturar a análise, no lugar decidimos nos concentrar em uma data mais ou menos equivalente nos dois países e que nos permitisse situar a questão nacional como possível centro do debate nas páginas dos jornais. Tomando com inspiração o estudo feito por Michael Schudson (1978) em *Discovering The News: A Social History Of American Newspapers*, e que consistiu em uma análise da cobertura jornalística do discurso presidencial durante o *the states of the union* nos Estados Unidos, nos séculos XIX e XX, optamos por analisar as edições que saíram nos dias equivalentes às festas nacionais no Brasil e no Québec (7 de setembro e 24 de junho, respectivamente). Ora, durante a coleta de dados, percebemos que o *La Presse* raramente era publicado no dia 24 de junho (provavelmente por conta do feriado), com duas exceções, em 1984 e 1990. Por isso, decidimos analisar a edição publicada no dia seguinte à festa (25 de junho), e que trazia a cobertura do São João na cidade de Montreal.

Após a coleta do corpus, concentramos nossa análise nas editoriais 'Éditorial', 'Tribune des idées', 'Arts et Spectacles' e 'Science' de *La Presse*. No *Jornal do Brasil*, as editoriais 'Opinião' e 'Caderno B' (que reúne textos sobre artes, espetáculos, bem como ensaios) foram escolhidas. A publicação dessas editoriais, contudo, variava a cada ano, de acordo, por exemplo, com o dia da semana em que cada jornal saía e com as próprias evoluções na organização temática dos dois periódicos.

Seguindo a ideia de trabalhar com atores externos ao jornalismo, excluímos do corpus todos os textos sem assinatura (incluindo os editoriais) e aqueles assinados por jornalistas, identificados no corpo do artigo ou no expediente do jornal; dessa forma, priorizamos textos de cronistas e colaboradores externos, que não apareciam no expediente do jornal. Ao final, constituímos um corpus de 11 artigos em *La Presse* e 24 do *Jornal do Brasil*.

Na sequência, procedemos uma análise de conteúdo, cruzando o conceito sociológico de estatuto (para a análise dos autores dos artigos) (cf. Becker, 2009) à tabulação das temáticas tratadas pelos artigos. A essa categoria, adicionamos um segundo nível de análise discursiva em que buscamos restituir as temáticas observadas aos contextos nacionais os quais elas faziam referência, nos aprofundando particularmente na questão da identidade nacional. Esse triplo movimento de análise permitiu a realização de algumas leituras preliminares do nosso corpus.

## OS RESULTADOS

### QUEM INTERVÉM?

Os dois jornais raramente identificavam o estatuto dos colaboradores reguladores e mesmo de alguns colaboradores especiais (observamos esta situação sobretudo no *La Presse*). Neste caso, era necessário recorrer a fontes externas – particularmente o cruzamento de referências na internet – para identificar o estatuto dos autores;

A análise do *La Presse* revela uma predominância que dividiam a sua atuação entre o espaço da mídia e a política (2), a literatura (3), e o meio acadêmico (1). Esse duplo pertencimento revela situações de acúmulo de tribunas (Rieffel, 1984; Santos-Sainz, 2005) entre atores capazes de circular entre diferentes esferas da vida cultural-intelectual. Este é o caso de jornalistas como Hubert de Ravinel e Willie Chevalier que, no momento da publicação do artigo em *La Presse*, já tinham uma carreira consolidada nos meios político e intelectual quebequense. O corpus também compreende a intervenção de alguém que se identifica como diplomata e cientista político (o estadunidense Henry Kissinger), de um professor de história, de um representante de uma associação de defesa dos direitos homossexuais, de um cineasta (o italiano Federico Fellini) e de uma pessoa identificada como “mulher, mãe, professora e enfermeira”.

No caso do *JB*, observamos um número expressivo de membros da hierarquia da Igreja Católica: cinco pessoas tinham o estatuto de bispo/arcebispo; além de Frei Beto. Em parte, isso se explica pela polêmica que seguiu à publicação da Instrução *Libertatis Nuntius* pelo papa João Paulo II em que condenava a Teologia da Libertação. A participação de membros da Igreja nas páginas de opinião continuará importante nos anos seguintes, em grande parte por conta da linha editorial do *JB*, antigo jornal monarquista, ligado às elites tradicionais (e católicas) do Rio de Janeiro. Da mesma forma que em *La Presse*, observamos intervenções de autores com duplo estatuto: jornalistas e escritores (2) e um jornalista e professor (1). O cientista social Hélio Jaguaribe será publicado duas vezes, em 1988 e 1991. Também identificamos intervenções de dois escritores, dois deputados, um artista plástico, e um conjunto de intervenções de atores que ocupam posições que poderíamos chamar de especialistas: diplomatas e funcionários de agências internacionais, professores universitários (3), juristas (2).

### SOBRE QUE TEMAS?

No caso do *Jornal do Brasil*, é possível observar uma evolução dos temas discutidos nos espaços de opinião. Em um primeiro momento, os textos se concentram em temas ligados a causas mais “universais” do debate intelectual (Aubin, 2006): o comunismo, o engajamento à esquerda da Igreja (via Teologia da Libertação), o *apartheid* na África do Sul, a pressão dos intelectuais para a criação e uma Comissão da Verdade para examinar os crimes cometidos pela Ditadura, os desafios da nova democracia brasileira. Esse debate perdura até 1988, ano de promulgação da nova Constituição Federal. A partir desse ano, o jornal começa a deixar de lado as questões ligadas ao passado ditatorial e ao debate ideológico direita-esquerda. Os temas de intervenção se multiplicam: a política econômica, a política de saúde, a nova ordem internacional (com a hegemonia dos Estados Unidos, seguido da criação da Área de Livre Comércio das Américas – ALCA), a questão ambiental. O jornal publica seis artigos (em 1988, em 1991 e em 1993) sobre o debate em torno da reforma da recém-criada Constituição Federal. Apenas dois textos destoam dessa lógica: o primeiro, publicado em 1991 pela escritora Mariana Colasanti sobre a perseguição aos escritores na então União Soviética URSS, e outro, publicado por Frei Beto (um dos fundadores do Partido dos Trabalhadores) em defesa da atuação da Igreja Católica brasileira em causas sociais.

No caso de *La Presse*, é difícil identificar uma tendência. Ele trata de artigos como a situação das mulheres, os direitos dos homossexuais, o aborto, a dívida dos países do terceiro mundo, a demissão do então primeiro-ministro do Quebec René Levesque, bem como alguns artigos sobre a história do Quebec. De fato, o corpus reduzido de artigos publicados no período analisado não nos permite fazer generalizações sobre a evolução do debate intelectual. O que observamos, contudo, é uma relativa despolitização – em termos de ideologia direita-esquerda – das intervenções. Os textos publicados em *La Presse* são particularmente vinculados à conjuntura local, com algumas aberturas a questões relativas aos direitos de grupos oprimidos (mulheres, homossexuais).

A comparação entre os dois jornais mostra que o *JB* deu uma abertura maior às temáticas intelectuais da época, mesmo se progressivamente observamos uma redução do debate político-ideológico em detrimento a intervenções mais



técnicas feitas por especialistas. No caso de *La Presse*, as temáticas de fundo político são ainda mais raras e esporádicas. Além disso, é muito mais difícil entender a evolução da sociedade quebequense pela leitura de *La Presse*, diferente do que acontece com a análise do *Jornal do Brasil*. Esse apagamento de posições ideológicas, contudo, não significa que *La Presse* e *JB* estariam se omitindo do debate político-ideológico. Nos dois casos, esse esforço de privilegiar em algum momento a publicação de artigos de temáticas mais “técnicas” e menos “ideologicamente marcadas” reforça a necessidade de se construir uma visão mais liberal do mundo, em que os “grandes debates” do contexto direita-esquerda são progressivamente substituídos por uma ideologia do “Fim da História” em que as preocupações políticas se concentram sobretudo nas causas fragmentadas, ligadas à defesa das minorias, de preocupações com a saúde e o meio ambiente (Cf. Ridenti, 2005). No caso brasileiro, essa mudança coincide ainda com a chegada no poder em 1989 do governo neoliberal de Fernando Collor de Mello que, nos primeiros anos de mandato, contava com o apoio da imprensa nacional incluindo o *JB* (Conti, 1999).

## A IDENTIDADE NACIONAL

Ao contrário do que se imaginava no início da pesquisa, a questão da identidade nacional não foi evocada com frequência nos debates dos dois jornais – o que é interessante na medida em que mostra que a festa nacional não é necessariamente considerada pelos articulistas como uma data de reflexão sobre o país. Dentre os poucos artigos que se propõem a abordar esta temática, escolhemos um texto publicado em *La Presse* (‘Le concept de société distincte’, de Willie Chevalier, publicado em 1987) e dois do *Jornal do Brasil* (‘Cabeça de Camarão’, publicado em 1986 por Fernando Pedreira e ‘Com o pensamento na pátria’, de Dom Lucas Moreira Neves, publicado em 1988). Tratam-se de artigos que buscam refletir sobre a situação nos dois países, ao mesmo tempo em fazem referência às respectivas festas nacionais.

Em seu artigo publicado em *La Presse*, o jornalista e político liberal Willie Chevalier insiste nas particularidades da sociedade quebequense (como a língua, a lei, a religião) com o objetivo de reforçar o seu estatuto distinto no âmbito da federação canadense. Para isso, recorre a uma distinção de senso comum: “Un Chinois, un Pakistanais, un Groenlandais ou un Argentin qui passe deux jours au Québec après avoir séjourné au moins aussi longtemps dans deux ou trois autres provinces a vite constaté qu’il se trouve au sein d’une société distincte du reste de l’Amérique du Nord”. Ao mesmo tempo, reforça sua linha de argumentação recorrendo a especialistas do meio político e acadêmico considerados “neutros” sobre o tema (sobretudo, pelo fato da maioria ser de autores anglófonos): Ramsay Cook, professor da Universidade de Toronto; George Brow figura histórica, que participou das negociações em torno da confederação canadense; e Robert de Roquebrune, um “historien jamais soupçonné de militantisme nationaliste, écrivain placide qui n’avait rien d’un pamphlétaire”. Ao recorrer a esse repertório argumentativo, Chevalier mesmo sem defender a causa nacionalista do Quebec, tenta distinguir as especificidades da identidade daquela região, recorrendo ao conceito de “sociedade distinta” no interior do Canadá, uma sociedade que que “vit toujours malgré tous les ergotages” e que ousa “subsister en 1987 et se donner des assises économiques”.

Em um artigo publicado em 1986 no *Jornal do Brasil*, Fernando Pedreira, jornalista e ex-adido de imprensa durante o regime militar retoma o debate sobre as contradições que o marcam o Brasil, “um país que constrói aviões e barcos”, que possui centenas de universidades e chega ao ponto de fabricar submarinos nucleares, mas que paga caro, socialmente, por essa modernização. Pedreira sublinha o seu caráter autoritário – a maior parte desse desenvolvimento foi promovido pela ditadura militar – e os seus efeitos colaterais: desigualdades sociais, aumento da criminalidade (“o país parece assustador, explosivo, próximo do caos). Para o autor, o Brasil vive um momento de indefinição. Há sempre o risco de seguir na mesma direção de outros países da América Latina (Haiti, Argentina, Chile) e entrar em um processo de decadência. Ou de buscar uma nova via de desenvolvimento. Assim, artigo, ao mesmo tempo em que resgata o debate histórico em relação à modernização do Brasil e sua relação com o subcontinente latino-americano, se insere em um contexto político bastante específico: o fim do regime militar e a convocação da Assembleia Constituinte. Nesse momento de encruzilhada, Pedreira pergunta: que tipo de país seria desejável [em um futuro próximo]? Sem dar uma resposta, o articulista tenta mobilizar cidadãos (e, de certa forma, Constituintes) em relação esse debate.

O outro artigo que se propõe a refletir sobre a identidade nacional brasileira, redigido pelo arcebispo Moreira Neves, tem um teor um pouco mais ingênuo. A sua percepção sobre o Brasil é calcada na existência de riquezas naturais, à característica étnica (a “mestiçagem”), à cultura (música, poesia). E à religião (católica, evidentemente). Para ele, a nova Constituição, em vias de ser aprovada deve ser condizente com esse substrato cultural. “Ela não pode suplantam instituições como casamento, a família, a Igreja, mas estar a serviço delas”. Trata-se, portanto de uma utilização do imaginário associado à identidade nacional na construção de uma retórica contrária à laicidade do estado.

Nos dois casos, esse ideal de identidade nacional se apoia em discursos que circulam nas duas sociedades (os elementos específicos do Canadá Francês, a concepção mítica das culturais nacionais dos dois países; os dilemas da modernização brasileira), mas que serão reapropriados em função do momento histórico-político. No Brasil, isso fica ainda mais claro na medida em que os dois textos se inscrevem em um contexto de retorno à democracia e reconstrução do quadro institucional. De fato, a pergunta “Quem somos nós?” é utilizada nos três textos analisados como um recurso argumentativo para justificar um debate sobre “o que fazer?”. Nesse sentido, os articulistas parecem querer assumir um papel de guia, mesmo que a partir de pontos de vista distintos: a partir de perspectivas mais críticas (Pedreira) ou mais conservadoras (Chevalier e Moreira Salles).

## ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Nesta comunicação, tentamos analisar o papel dos articulistas nos espaços de opinião de dois jornais, com o objetivo de analisar as articulações entre jornalismo e sociedade: o primeiro como um espaço minimamente aberto à intervenção de diferentes segmentos sociais; a segunda na forma como ela se mobiliza com o objetivo de co-construir a agenda midiática e influenciar o debate público. O estudo, ainda exploratório, não permite conclusões, mas pelo menos alguns apontamentos que serviriam de base para um trabalho mais sistemático e ambicioso sobre esse objeto:

Primeiro: do ponto de vista da abertura dos dois jornais analisados a diferentes estatutos da sociedade, percebemos a construção de laços estreitos com alguns setores sociais – como a Igreja e os setores diplomáticos – pelo JB. Também aponta para uma relativa abertura a articulistas com duplo estatuto (jornalista e político, escritor, etc.). Isso parece indicar a possível proximidade entre os meios jornalísticos e os demais setores culturais nos dois países e a importância de se dominar as convenções do mundo do jornalismo como um pré-requisito para ter acesso aos espaços de opinião da imprensa. Nesse sentido, é interessante ver como a análise sociológica desses estatutos reflete um debate que será empreendido na França por Bourdieu (1984; 1997) sobre a emergência do que ele chamava de *fast thinkers* e intelectuais midiáticos.

Segundo, na forma como o caráter menos ideológico das temáticas (em *La Presse*) e no JB a partir de 1988 são indicadores de um processo de mudança na postura editorial dos jornais que cada vez menos presentes no debate político-intelectual. Esse processo de progressiva “mercantilização do jornalismo” no Canadá (Charron e de Bonville, 2016) e no Brasil (Dines, 1993; Kucinsky, 1998) é particularmente ilustrada pela mudança das temáticas abordadas no Caderno B, do *Jornal do Brasil* que, em 1984, no início da análise, trazia artigos sobre a poesia marginal e rock nacional, e passa cada vez mais a focar a programação cultural do Rio de Janeiro ao longo dos anos 1980-1990.

Finalmente, do ponto de vista da comparação, as diferenças no espaço dado aos artigos de opinião e ao debate intelectual, bem como os estatutos dos articulistas revela, as diferenças nas linhas editoriais dos jornais e do próprio sistema midiático dos dois países – com o *La Presse* seguindo uma lógica mais norte-americana e privilegiando, já nos anos 1980, textos de informação e entretenimento. Nesse sentido, seria fundamental, avançar em uma análise mais aprofundada sobre a relação entre os mundos políticos, culturais e jornalísticos nos dois países como forma de fundamentar melhor uma intenção comparativa.

## REFERENCIAS

- Aubin, F. (2006). *La nouvelle résistance. Strategies de publicisation déployés par des intellectuels critiques de la globalisation (1994-2005)* (Tesis de doutorado inédita). Gricics/Université de Québec à Montréal, Montreal, Canadá.
- Becker, H. S. (2009). *Comment parler de la société. Artistes, écrivains, chercheurs et représentations sociales*. Paris: La Découverte.
- Bourdieu, P. (1984). *Homo academicus*. Paris: Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores.
- Charron, J. & de Bonville, J. (2016). *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis: Insular.
- Conti, M. S. (1999). *Notícias do Planalto. A imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Cia das Letras.
- Dines, A. (2003). Entrevista a Alzira Alves de Abreu e Fernando Lattman-Waltman. In A. A. Abreu, F. Lattman-Waltman & D. Rocha (Eds.), *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC (75-175)*. Rio de Janeiro: FGV.
- Kucinsky, B. (1998). *Síndrome da antena parabólica. Ética no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Perseu Abramo.
- Motta, L. G. (2005) The opposition between mediacentric and sociocentric paradigms. *Brazilian Journalism Research*, 1(1), 61-86.
- Pécaut, D. (1990). *Os Intelectuais e a Política no Brasil: Entre o Povo e a Nação*. São Paulo: Ática.
- Pereira, F. H. (2011). *Jornalistas-intelectuais no Brasil*. São Paulo: Summus.
- Ridenti, M. (2005). Artistas e intelectuais no Brasil pós-1960. *Tempo social*, 17(1), 81-110. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ts/v17n1/v17n1a03.pdf>
- Rieffel, R. (1984). *L'élite des journalistes*. Paris: PUF.
- Santos-Saniz, M. (2006). *L'élite journalistique et son pouvoir*. Paris: Apogée.
- Schudson, M. (1978). *Discovering The News: A Social History Of American Newspapers*. New York: Basic Books.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES DE LOS MEDIOS NACIONALES EN EL CUBRIMIENTO DEL PROCESO DE PAZ EN COLOMBIA 2012-2017

## IMAGINARIES AND REPRESENTATIONS OF NATIONAL COMMUNICATION MEDIA IN THE COVER OF THE PEACE PROCESS IN COLOMBIA 2012-2017

*Mario Enrique Morales Rincón<sup>173</sup>*

**RESUMEN:** Presentamos los principales hallazgos de un estudio, adelantado durante 5 años y concluido en diciembre de 2017, sobre los estándares de calidad periodística de los medios de prensa y televisión, mediante un observatorio de medios, con una muestra censal, de los contenidos informativos y de opinión acerca del proceso de paz en Colombia desde 2012 y hasta 2017, inclusive. El monitoreo suma cerca de veinte mil piezas en la agenda de las negociaciones entre el gobierno y la guerrilla, el conflicto armado subsistente y la implementación de los acuerdos. El análisis contempla además los imaginarios y representaciones que dichas narrativas han construido y evalúa el valor agregado periodístico desde 7 ejes que van desde la construcción informativa, el origen de la información, la base investigativa, la tematización, a el manejo de las fuentes, la ética periodística y el encuadre o enfoque de cada una de las piezas periodísticas.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo, Imaginarios, calidad periodística, representaciones

**ABSTRACT:** We present the main findings of a study, carried out over 5 years and concluded in December 2017, on the journalistic quality standards of the press and television media, through a media observatory, with a census sample, of information content and opinion about the peace process in Colombia from 2012 and up to 2017, inclusive. The monitoring adds about twenty thousand pieces on the agenda of the negotiations between the government and the guerrillas, the armed conflict that remains and the implementation of the agreements. The analysis also contemplates the imaginaries and representations that these narratives have constructed and evaluates the journalistic added value from 7 axes that go from the informative construction, the origin of the information, the investigative base, the thematization, to the management of the sources, the journalistic ethics and the framing or approach of each of the journalistic pieces.

**KEY WORDS:** Journalism, Imaginaries, journalistic quality, representations

### 1- TEMA CENTRAL.

#### 1.1. PROBLEMA

¿Cuáles fueron las representaciones mediáticas del cubrimiento en medios nacionales del proceso de Paz en Colombia desde 2012 hasta 2017?

Son cerca de 45 los estudios, (Bonilla J. I. 2012) que sobre el cubrimiento del conflicto armado en Colombia se han hecho en los últimos 15 años en perspectivas como las agendas, fuentes, narrativas, estéticas de la información, así como las representaciones e imaginarios que sobre la guerra se ha publicado o emitido en nuestro país. Pero ¿ha pasado lo mismo con los escenarios de paz, diálogos y reconciliación? Hoy Colombia vive una etapa distinta, especial y definitiva. Tras 53 años ininterrumpidos de conflicto la nación vive el proceso de implementación del acuerdo de paz entre el gobierno nacional y la guerrilla de las FARC.

Luego de cinco años de tensiones y contradicciones, con factores disímiles como la confidencialidad, el secretismo y la necesaria reserva que este tipo de negociaciones tienen, tomando en cuenta amargas experiencias pasadas, los medios nacionales retomaron en sus agendas y rutinas diarias las incidencias de esa negociación que tuvo como escenario a La Habana, Cuba, sin, que al comienzo hubiese parado la guerra con la premisa de los negociadores de que “nada está acordado hasta que todo esté acordado”.

<sup>173</sup> Profesor asociado de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Comunicador social-periodista con especialización en medios y opinión pública y maestría en estudios literarios. Periodista, columnista, analista de medios y escritor. [moralesm@javeriana.edu.co](mailto:moralesm@javeriana.edu.co)

El hermetismo de las partes, la presión al proceso por parte de la oposición que apoya una solución militar, y la demora en ofrecer resultados tangibles o publicables rodearon de dudas, incertidumbres y especulaciones el avance de las conversaciones, con el común denominador de la polarización ideológica de las partes con vistas a llegar fortalecidos a cada fase de encuentro. Los medios nacionales y algunos regionales que publicaban profusamente el inicio de los diálogos, optaron por otras alternativas. Fenómenos como la ausencia de noticias duras y verificables en el avance de los diálogos, las múltiples versiones entre quienes estaban de acuerdo y en contra del proceso, las declaraciones al cierre de cada una de las rondas que conformaron el proceso, los costos de desplazamiento, y el difícil acceso a la información en la Habana impidieron una información completa, contextualizada y con apego a los hechos, lo que despertó suspicacias, indiferencia, críticas y hasta desconfianza entre las audiencias.

¿El cubrimiento de los diálogos y el conflicto fue ecuánime, ponderado y veraz?

¿Cómo construyeron los medios audiovisuales y escritos sus agendas, sus narrativas y sus estéticas en medio de estas dificultades? ¿Por qué hubo enfoques distintos y encuadres diferentes en el cubrimiento?

Junto a estas preguntas que nos propusimos dilucidar teniendo en cuenta la influencia, participación y responsabilidad de los medios en el momento histórico que aún vive la nación, en etapa de posacuerdo y reconciliación, es preciso saber qué tan críticos e independientes se mostraron periodistas y líderes de opinión ante las conversaciones, sus alcances y acuerdos.

## **1.2 - OBJETIVOS.**

### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL**

Establecer las representaciones e imaginarios que construyeron los medios nacionales en el cubrimiento del proceso de Paz en Colombia de 2012 a 2017.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Caracterizar las agendas, narrativas y estéticas el cubrimiento de los medios al proceso de paz con las FARC
- Determinar los encuadres y enfoques del cubrimiento de medios nacionales.
- Determinar los estándares de calidad periodística de las negociaciones en La Habana como de otros conflictos armados que vive el país

## **1.3. CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIO O DISCUSIÓN TEÓRICA PROPUESTA.**

El estudio se enmarca desde la perspectiva de los estándares de calidad periodística con base en las teorías de la Agenda Setting, Framing, Gatekeeping, Noticiabilidad y Valor Agregado Periodístico, trabajadas en el observatorio de medios de la Universidad Javeriana de Colombia a lo largo de los últimos 15 años con 12 proyectos de investigación terminados.

## **1.4- ENFOQUE Y/O METODOLOGÍA DE ABORDAJE.**

En la dinámica del Observatorio de Medios —basado en análisis cuantitativo y cualitativo— se identificaron temas, enfoques, sujetos y objetos de la información, tratamiento de las fuentes, contexto informativo, indicadores éticos, así como los tipos de relatos y el lenguaje periodístico, a partir de corpus de los medios impresos y televisivos.

Se empleó una metodología de codificación y análisis de la información fundamentada en el análisis de contenido, siguiendo a Wimmer y Dominick (Wimmer & Dominick, 2010): “que de forma sistemática, objetiva y cuantitativa busca describir y medir determinadas variables en los mensajes de los medios de comunicación”.

La unidad de análisis y observación definida consiste en la pieza periodística, comprendida como cualquier construcción informativa o de opinión compuesta por un titular, un cuerpo informativo y unos recursos narrativos que hace parte de un periódico o noticiero.

El instrumento de análisis estuvo compuesto por tres bloques: construcción narrativa, temas cubiertos y, por último, sujetos y fuentes de la información. En este ejercicio se realizó seguimiento a todas las piezas periodísticas de información publicadas o emitidas en 2 medios de prensa y 4 de televisión, durante el avance de los diálogos de paz.

La selección de los diarios y noticieros se realizó según parámetros cualitativos, teniendo en consideración su circulación, la distribución regional y la disponibilidad de la información.

Un desafío para el estudio fue la temporalidad del proceso. Se planteó la necesidad de entregar resultados “en tiempo real” con entrega de informes lo más cercanamente posible al momento de su publicación.

## 2- PRINCIPALES RESULTADOS, REFLEXIONES Y CONCLUSIONES.

El proceso de paz entre el gobierno del presidente Juan Manuel Santos y la guerrilla de las FARC marcó un punto de quiebre en el discurrir histórico de nuestra sociedad y de nuestros conflictos. Concebido y terminado como un proceso imperfecto, su desarrollo lento y monótono a causa del blindaje comunicativo al que fue sometido, de la confidencialidad acordada por las partes, la distancia geográfica del epicentro del diálogo, la demora en la entrega de resultados tangibles, la desinformación y confrontación por la propaganda política oficial así como de la oposición, y la presión de un sector de la población y la dirigencia que apoyaban la solución militar, permitieron, con no pocos avatares, al tiempo que la firma y el acuerdo planeados, desnudar a la sociedad colombiana, a sus líderes, ciudadanías y medios de comunicación.

### 2.1 CONTEXTO DEL ESTUDIO

La investigación, que monitoreó un total de 20883 piezas periodísticas, 12614 en prensa y 8269 en televisión, documentó que el trabajo reporterial tuvo carencias, dificultades y retos para el presente inmediato del oficio y para las nuevas generaciones. Los medios, como el resto del país, fueron sorprendidos por el inicio y la culminación de un suceso de esa magnitud para el cual, paradójicamente no estaban preparados, no obstante que fue tema de agenda durante seis décadas. La premisa esencial en la mesa de diálogos, que nada estaba acordado hasta que todo estuviera acordado, se tradujo en un sigiloso manejo de datos y contenidos, que rayó en el secretismo. En consecuencia, el modelo de comunicación compartimentada de lo que pasó en La Habana, sede de las conversaciones, obstaculizó el acceso a la información y la construcción de un relato coherente con estándares de calidad periodística. El ambiente enardecido de la opinión pública, que pasó de la polarización a la sectarización, irradió a medios, periodistas y narrativas que se fueron alineando en torno al apoyo o rechazo de los avances y posterior ejecución de las conversaciones.

En ese día a día los medios se impregnaron o representaron los fluctuantes estados de ánimo de los colombianos frente al desarrollo de las negociaciones. Periodismo y audiencias partieron de la incredulidad, fruto de la larga resaca por el fracaso de las negociaciones en El Caguán al cierre del siglo pasado; frustración que tuvo como efecto inmediato el recrudescimiento de la guerra, la violación de los derechos humanos y al recorte de libertades individuales y sociales.

### 2.2 PERIODISMO DE DECIRES Y PARECERES

La ausencia de hechos para narrar y la escasez de documentos, que no fueran los comunicados, las declaraciones ritualizadas o los registros audiovisuales, llevaron a los reporteros a contagiarse de las emocionalidades de las fuentes consultadas, generalmente oficiales, que cambiaban de parecer según el biorritmo de cada ciclo en que se dividió la discusión de la agenda, según las conveniencias, en el tira y afloje de las discusiones o en la toma de partido, no pocas veces visceral, de quienes reaccionaron como oposición, en detrimento del relato de los hechos en sí mismos y de su profundización.

Las dificultades del cubrimiento in situ llevaron a los periodistas a incluir en sus narrativas los (des)contextos también emocionales según el momento o la coyuntura. Eso explica que momentos de efervescencia como los resultados de la Selección Colombia en el mundial de fútbol de 2014 se vieran trasplantados al crecimiento de la favorabilidad del proceso, y que coyunturas como las escaramuzas entre los bandos armados aportaran el pesimismo.

Gobierno y guerrilla, por su lado establecieron dos canales de comunicación con los medios y la población: uno, los comunicados oficiales escritos o verbales; y dos, las declaraciones a destajo por fuera de la mesa, bien por parte de los mismos voceros o de personajes piloto de cada una de las dos partes con el fin de incidir en las narrativas periodísticas y a través de ellas, en la opinión pública, buscando réplicas en las rondas de diálogos subsiguientes<sup>174</sup>.

De esa manera se instaló y prevaleció el periodismo de declaraciones, versiones y opiniones que iban mutando e incluso contradiciéndose en las voces consultadas con la evolución de la agenda, con la consiguiente confusión.

### 2.3 AGENDAS Y ENCUADRE

Entrenados durante años en el cubrimiento de la violencia armada y no pocas veces contagiados por la propaganda política, los medios construyeron el proceso desde una perspectiva dicotómica o maniquea, como una contienda entre adversarios, esto es, de vencedores y vencidos, de enemigos irreconciliables, de buenos y malos, sin opciones para grises o posiciones intermedias. Es decir, se mantuvo la lógica del conflicto, en la que las rutinas periodísticas habían estado alineadas y entrenadas durante años con sus correspondientes y repetidas formas expresivas, centradas en la confrontación, discriminación y victimización, contadas de manera episódica, discontinua, sin contextos profundos ni tejido narrativo.

<sup>174</sup> <http://www.noticiascn.com/nacional-pais/los-dialogos-paz-las-farc-cumplen-un-ano-habana>

Así, la agenda de los medios nacionales fue generalista, apuntó a contar el desarrollo de la mesa como tal, sus ritmos, sus tiempos, sus desavenencias y sus polémicas, pero no buscó los detalles en los puntos específicos ni en los subtemas, ni en los asuntos relacionados o emergentes producto de la dinámica de las conversaciones.

En términos generales, primó el quién sobre el qué. En ese sentido los temas que tenían que ver con ciudadanía no superaron el 2% de los asuntos informativos observados.

## **2.4 DISCURSOS Y ESTÉTICAS**

A lo largo de todo el cubrimiento no hubo acuerdo ni claridad sobre las formas discursivas del periodismo para denominar lo que pasaba en medio de las conversaciones, comenzando por la forma de nombrar el mismo proceso: fin del conflicto, paz, posconflicto, transición o pos acuerdo; o para denominar a quienes se acogieron al proceso de paz: excombatientes, exguerrilleros, etc., obviando las implicaciones que cada uno de esos rótulos tenía en medio de las pugnas discursivas entre las partes que hablaban, las que se oponían y las que definitivamente no estaban de acuerdo y que llegaban a los medios contaminadas por rumores y por estrategias de propaganda política que bordearon los límites de los códigos y la ética.

Si bien el léxico reporteril pasó de denominaciones como bandidaje y terrorismo a insurgencias y grupos alzados en armas, fue notoria la disparidad de criterios a la hora de calificar los sucesos como conflictos, rupturas, batallas, guerras o acciones terroristas.

La concomitancia de conflicto, guerra y diálogos originó confusión en los tiempos narrativos de los medios que no dejaban en claro qué era presente y qué era pasado. Algo similar sucedió en el tratamiento de las víctimas, a veces narradas desde la guerra, a veces narradas desde el escenario del posconflicto; ora representadas en su dolor, con no poco tinte sensacionalista; ora relatadas como sujetos de derecho. Abundaron los testimonios o la experiencia individual, a veces ligadas a la revictimización, pero hizo falta una visión conjunta y contextualizada de los efectos dolorosos de la guerra.

## **2.5 FUENTES Y RUTINAS PERIODÍSTICAS**

En tres de cada cuatro noticias de prensa apareció si acaso una fuente, lo cual tuvo que ver con el fraccionamiento informativo que sigue la huella del diseño de Internet. En televisión, el 11% de las piezas no tuvo fuentes y el 48% apenas una. Y cuando se utilizaron más de dos o fuentes, si bien las voces eran distintas, tenían el mismo origen y terminaban reforzando una postura o un enfoque.

A las informaciones confidenciales de la oposición les seguía el intento de legitimación del proceso a través de las declaraciones de apoyo de dirigentes nacionales y personalidades internacionales.

Periódicamente aparecieron, incrustadas entre picos y valles de esas emociones, las encuestas, no pocas veces contradictorias<sup>175</sup> porque se comparaban entre sí, aunque su objetivo fuera distinto, -favorabilidad, conocimiento o percepción,- generando a su vez tópicos diversos y cambiantes de incredulidad y desconfianza.

Aunque las mal llamadas noticias falsas contaminaron la información alrededor del plebiscito referendatorio y la incorporación legislativa de los acuerdos, a través de fuentes tradicionales o digitales y contenidos fundamentados en creencias y prejuicios o historias que tocaban las emociones primitivas, el debate en los mismos medios solo se dio, en las secciones de opinión de los periódicos observados, como espejo de discusiones internacionales sobre el mismo tema con coyunturas como el denominado brexit en Gran Bretaña o la campaña que llevó a la presidencia de Estados Unidos a Donald Trump.

## **2.6 ¿PERSPECTIVA MACHISTA?**

Es bastante dicente que el 75% de las fuentes en prensa y el 82% en televisión fueran masculinas, salvo cuando los sucesos tuvieron que ver con atentados o tomas, hechos en los cuales se privilegiaron las mujeres y personas de la tercera edad, con el fin de ofrecer matices de drama y dolor no siempre éticamente presentados.

También hubo repetición en los sujetos narrados en textos o imágenes, sin historia, sin regiones, sin rostros humanos, con preeminencia de los comunicados y de las versiones, pero sobre todo con la lógica de que toda declaración ameritaba una reacción, una contraparte bajo el equivocado pretexto del equilibrio informativo. Parecían las mismas tomas y fotografías y no lo eran.

Se mimetizó el debate encendido de las redes sociales, y su lógica dialéctica reemplazó por espectacular y llamativa, al periodismo de largo alcance.

<sup>175</sup> <http://www.eltiempo.com/politica/gobierno/encuestas-gallup-y-cnc-sobre-optimismo-en-colombia/14506020>

## 2.7.- PERIODISMO DE PAZ Y DE GUERRA

Siguiendo la bitácora de Xavier Giró<sup>176</sup>, investigador de conflictos de la Universidad autónoma de Barcelona, y con base en el monitoreo de la fase mencionada podemos decir que el cubrimiento no fue completo ni revelador; no le dio la debida importancia los temas subyacentes, salvo contadas excepciones. Siguió los ritmos oficiales o gubernamentales, pendiente de lo coyuntural y no del largo plazo; hizo énfasis narrativo en la justicia, entendida como impunidad versus castigo, y no como reducción del sufrimiento humano mediante el perdón, la no repetición o el conocimiento de la verdad.

Los medios no les dieron voz a todas las partes, no vieron el conflicto como un problema, sino a uno de los bandos como el problema y por eso lo narró desde una perspectiva deshumanizada, cosificada, asentada en las cifras y las estadísticas. El cubrimiento fue reactivo, con énfasis en las consecuencias tangibles de la violencia y no en los efectos que no se ven y de largo plazo; se enfrascó en las polémicas y no se preocupó por dilucidar los rumores, engaños y falsedades difundidos por los diversos sectores interesados. En últimas no privilegió el perdón, la reconciliación ni las iniciativas de paz, opacadas por la misma guerra narrada y sobre diagnosticada en las dos décadas previas.

## 3- BIBLIOGRAFÍA

- BONILLA J.I (2012) Aprendizaje y Escenarios emergentes <http://eticasegura.fnpi.org/2013/05/03/12-recomendaciones-sobre-el-cubrimiento-periodistico-del-conflicto-armado/>
- KOVACH Y ROSENTHIEL. Los elementos del periodismo. Madrid: Editorial El País; 2003.
  - FULLER J. Valores periodísticos. Ideas para la era de la información. Buenos Aires: La Crujía; 2002.
  - Mc QUAIL, D. La acción social de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Buenos Aires: Amorrortu; 1998.
  - PELLEGRINI, S., "La medición de la calidad de la prensa en Chile". En: Cuadernos de Información 1999 (13): 49-55. Santiago de Chile; 1999.
  - GUTIÉRREZ, L. Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. Revista Palabra Clave 2006 (9): 29-56.
  - PERELMAN, Ch. El imperio retórico. Retórica y argumentación. Bogotá: Norma; 1997.
  - McCOMBS, M The public opinion quaterly, vol 36 No. 2 1972, 176-187
  - ALTAMIRANO, X et al, Los relatos periodísticos del crimen, documento No 2 FES c-3 pg 100
  - ENTMAN R, Framing Bias, Media in the distribution of power. Journal of Communication, Volume 57, Issue 1, pages 163–173, March 2007
  - WIMMER & DOMINICK, Mass Media Research: An Introduction, Ninth edition, digital,2010
  - STRAUSS, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.
  - ARRUDA et al, Medios masivos de comunicación, una mirada sobre los imaginarios, representaciones sociales y políticas en Colombia, Revista Humanizarte, Año 6 No 9, 2007 pp 129X.

---

<sup>176</sup> [http://lalentevioleta.files.wordpress.com/2012/06/mpdh\\_18cat\\_losdocumentalesdelfeminiciodiudadjuarez.pdf](http://lalentevioleta.files.wordpress.com/2012/06/mpdh_18cat_losdocumentalesdelfeminiciodiudadjuarez.pdf)

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## Twitter como herramienta de uso profesional en el periodismo. La situación en la ciudad de Córdoba, Argentina.

### Twitter as a tool for professional use in journalism. The case of Córdoba (Argentina)

Dafne García Lucero<sup>177</sup>

**RESUMEN:** Las transformaciones tecnológicas cambian la percepción espacio – temporal. La brecha entre nativos y migrantes digitales se mide a través de la relación de cada sujeto con el espacio y el tiempo. En ese sentido, y ubicándonos en el ámbito periodístico hay una nueva sensación en torno al tiempo e incide en la noción de noticia. Estas transformaciones permiten sostener la idea de un cambio de paradigma: se modifica la manera de recabar datos por parte de los periodistas. En este marco, se define el objetivo central de este trabajo: investigar sobre el estado actual y devenir del periodismo local en un escenario marcado por la aplicación de herramientas como Twitter.

**PALABRAS CLAVE:** redes sociales- periodistas profesionales- Twitter

**ABSTRACT:** Technological transformations change the space - time perception. The gap between natives and digital migrants is measured through the relationship of each subject with space and time. In that sense, and placing us in the journalistic field there is a new sensation around time and affects the notion of news. These changes support the idea of a paradigm shift: the way journalists collect data is modified. In this framework, the central objective of this work is defined: research on the current state and evolution of local journalism in a stage marked by the application of tools such as Twitter.

**KEYWORDS:** Social Networks-professional journalists-Twitter

#### OBJETIVOS

Los objetivos generales de esta investigación son:

- Reconocer los diversos usos y aplicaciones de la red social Twitter en la actividad periodística de Córdoba.
- Reconocer el estado actual de la situación deontológica en el periodismo cordobés (a partir de la inclusión del uso profesional de la red social Twitter).

#### CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIO

En los últimos años, las redes sociales han transformado muchas prácticas sociales, el desarrollo de la actividad periodística no ha sido la excepción. Existen nuevas plataformas para la producción del discurso periodístico y a la vez, hay grandes cambios en las rutinas periodísticas que modifican los roles profesionales, entre otros aspectos.

Iniciamos nuestra argumentación con palabras de Ignacio Ramonet quien opina que la prensa tal vez no desaparezca, pero la información ya no circula como antes y agrega:

*“convertida en algo inmaterial, ahora toma la forma de un fluido que circula en segmentos abiertos por la red casi a la velocidad de la luz (...) se establece, no sin riesgos, una nueva lógica, distinta de la producción fordista, típica de la era industrial. En aquella época aunque una pluralidad de obreros especializados pudiese contribuir a la fabricación de un producto, éste al final, era entregado completo, acabado, cerrado, y se correspondía punto por punto con el proyecto inicial. Esto ya no es así. La lógica de la información on line es la de lanzar una noticia en bruto, para después corregirla, modificarla, enriquecerla de forma permanente y en cualquier momento.” (RAMONET, 2011:13)*

<sup>177</sup> Dafne García Lucero. Profesora Titular, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba. Doctora en Comunicación Social. Argentina. Dafnegl70@gmail.com



Cotidianamente, se observa en los medios tradicionales que se alienta a la participación, a través de fotos, videos, comentarios, etc. El medio gana en diversidad de información lo que pierde en solidez de la fuente. Así, encuentra una manera de competir en los nuevos tiempos mediáticos, pero tal vez, pierde en profesionalismo.

A respecto Ignacio Ramonet señala: “De ahí el interrogante que surge en relación con la identidad del periodismo y la validez de la información. (...) Si ahora cualquiera puede ser periodista, ¿Qué es entonces un periodista? ¿En qué consiste su especificidad?” (RAMONET; 2011:18)

Ninguno de los dos son interrogantes sencillos para resolver. La especificidad no pasa por el acceso a determinada información, ni a fuentes, ni a herramientas tecnológicas, ni al tiempo disponible para corregir, chequear y confirmar la información. Tampoco es determinante la capacidad para expresarse ni la legitimidad o legalidad para hacer uso de los derechos a comunicarse y a informar. En síntesis, conviven el profesional y el amateur, pero con una importancia creciente de este último, como si se estuviera gestando un movimiento cuya finalidad sea transformar el campo de la información.

*“Del mismo modo que la democracia política otorga el poder a ciudadanos en gran medida ignorantes de la cosa pública, la nueva democratización se apoya en individuos que, gracias a su nivel de formación y a las nuevas herramientas informáticas, pueden adquirir competencias fundamentales” (FLICHY citado por RAMONET;2011:21)*

Planteado en estos términos, la diferencia parece ubicarse en el carácter profesional que distingue a los trabajadores de los medios de los amateurs. Es decir, realizar la actividad con la intención de lucro y de manera permanente. Sin embargo, en muchas ocasiones, en pos de mantenerse en su posición laboral, el periodista acepta condiciones en su trabajo que no le son ventajosas. Hecho que resulta paradójico, si se piensa en la proliferación de medios. Lamentablemente, esto no significa que se absorba mayor cantidad de trabajadores, sino que la variable se resuelve con un mayor nivel de explotación y precariedad laborales. Según la Federación de Asociaciones de Periodistas de España, “de noviembre de 2008 a diciembre de 2010, 3496 periodistas han perdido su trabajo”, en ese país. (RAMONET, 2011:31). Esta situación se replica en nuestro medio y por ende, en la ciudad de Córdoba.

Tal como venimos argumentando, las transformaciones en el ámbito periodístico son tan profundas que llevan a un cambio de paradigma: se modifica la manera de recabar datos por parte de los periodistas, el modo de distribución de la información y hasta la noción misma de noticia, pues cualquier persona por ejemplo, con disponibilidad de un celular, puede ser fuente de información. También, los cambios en la rutina periodística son notables, ya que el periodismo cuenta con una nueva herramienta que refuerza todas las ya existentes. He ahí, la importancia de las redes sociales en el uso periodístico profesional.

Así, entendemos que los criterios de noticiabilidad han sido trastocados y con ellos, la medida de la calidad informativa: la idea de primicia se ha desvalorizado frente a la instantaneidad del suceso; los procedimientos para chequear la información se han vuelto más laxos, las dificultades para lograr contextualizar los hechos son mayores.

En el caso de las redes sociales, al interferir en la concepción espacio- temporal y al acercar aún más lo lejano geográficamente, desarticulan los criterios de noticiabilidad (impacto, novedad, interés, cercanía, veracidad, etc.). Florencia Guidobono sostiene: “Twitter vino a terminar de profundizar estos cambios con un concepto de la noticia en el que lo que importa no es solo lo que se cuenta, sino también que se lo relata en el mismo momento en que está sucediendo”. (Guidobono citado por Luchessi: 2013: 64)

## TWITTER

Esta red social se define como una plataforma de microblogging que permite compartir con cualquier usuario de internet mensajes cortos de hasta 140 caracteres.<sup>178</sup> Cada uno de estos usuarios posee un listado de contactos que sigue los mensajes. Un microblog es: “an internet based service in which: (1) users have a public profile where they broadcast short public messages/updates (...) (2) messages become publicly aggregated together across users; and (3) users can decide whose messages they wish to receive, but not necessarily who can receive their messages” (MURTHY, D Twitter 2013 citado por PEREZ SOLER: 2015: 88)

Los microbloggings están a mitad de camino entre el blogs y las redes sociales y se caracterizan por un alto grado de auto representación y un grado entre medio y bajo de interacción.

Kaplan y Haenlein (2011 citado por Pérez soler 2015: 90) afirman que el “éxito de esta red de microblogging se debe a las siguientes características:

- 1) The creation of ambient awareness
- 2) A unique form of push- push -pull communication
- 3) The ability to serve as a platform for virtual exhibitionism and voyeurism

<sup>178</sup> Esta característica técnica que ha definido por su brevedad y ha signado de un estilo propio a Twitter ha sido modificada y en la actualidad, admite mayor extensión y complejidad en los mensajes.

El “ambient awareness” según los autores es una nueva forma de conciencia social que los usuarios de redes sociales experimentan al estar en contacto permanentemente con el círculo social. La principal motivación para registrarse es la posibilidad de estar en contacto con otras personas. El sistema “push push pull” se refiere al intercambio público de mensajes a través de la red de microblogging, a la posibilidad de que el receptor de un mensaje lo encuentre tan interesante como para reenviarlo y así, se amplía de manera exponencial. Este fenómeno es la base de la viralización de los contenidos de Twitter.

Twitter se vale de métodos simples para concretar las conversaciones: emplea etiquetas (hashtags, que se representa con el símbolo #) y también recurre a menciones (que se representan con el símbolo @). Esto significa que cualquier frase o palabra que esté precedida por el símbolo #, puede ser seguido por los usuarios interesados en esa etiqueta. *Un trending topic* marca la tendencia o la preferencia de los usuarios en un determinado tema durante un tiempo determinado. Es decir que a diferencia del periodismo tradicional, en Twitter los usuarios pueden establecer el tema del día a través de esta modalidad de uso. Esta característica permite a Twitter ser capaz de interacción en tiempo real y esto la posiciona ventajosamente frente a otras redes sociales.

Cabe hacer una referencia a la posibilidad de relación conversacional a través de Twitter: se pueden enviar mensajes directos y privados a otro u otros usuarios, si entre ellos se siguen sus respectivas cuentas.<sup>179</sup>

Asimismo, la plataforma propone el empleo del símbolo ‘@’ delante del nombre del usuario para dirigirse a otra persona. Así, el diálogo es abierto, público. Esta modalidad marca una diferencia con la red social Facebook, pues en Twitter las conversaciones tienen visibilidad pública y esta característica es esencial para el trabajo periodístico. Además, los mensajes pueden ser “retuiteados”, compartidos entre usuarios.

## METODOLOGÍA DE ABORDAJE.

Se ha realizado una investigación descriptiva que aborda fundamentalmente dos ejes: por un lado, el reconocimiento y caracterización del modo de uso de Twitter por parte de los periodistas de la ciudad de Córdoba y ciertos aspectos éticos y deontológicos circunscriptos a la actividad de los periodistas. En esta ocasión, se expone el análisis y resultados en torno al primero de estos ejes. (Por razones de espacio no es posible ahondar en el trabajo sobre el análisis de contenido que se aplicó a distintas cuentas de Twitter de periodistas y de cuentas institucionales de medios tradicionales)

## PRINCIPALES RESULTADOS<sup>180</sup>

Se llevó a cabo el trabajo de campo que consistió en entrevistas estructuradas a periodistas de diferentes medios de la ciudad de Córdoba (R.A). Al ser consultados sobre el uso de Twitter en su trabajo expresaron lo siguiente:

Todos los entrevistados utilizan redes sociales y lo hacen todos los días, varias veces al día. Alrededor del 20% distingue entre uso profesional o laboral y personal. La red social más consultada es Twitter (69%) seguida por Facebook (50%). Otra red social que mencionan es Instagram (25%). Algunos entrevistados afirman que emplean Twitter como consulta para estar informados y también destacan que es en Twitter donde tienen mayor actividad.

Para la mayoría de los entrevistados, Twitter cumple diversas funciones y aportes al trabajo periodístico. De la totalidad de entrevistados, solo uno hace un empleo limitado del microblogging, ya que no es seguidor ni publica artículos periodísticos en Twitter.

La mayoría de los periodistas considera a Twitter como fuente de información. Dentro de esta categoría, y en base a la diversidad de respuestas, fue preciso desagregar varias subcategorías, a saber:

- Actualización de noticias y obtención de datos de último momento: (32%)
- Facilidad para cubrir noticias en vivo: 6%
- Facilidad para seguir declaraciones de funcionarios: 12%
- Facilidad para seguir eventos: 6%

Asimismo, los entrevistados señalan el uso de Twitter para difusión. A su vez, esta función se desagregó de la siguiente manera:

- Difusión de notas periodísticas propias. 32%
- Difusión de notas de colegas y/o temas atemporales:- 19%
- Difusión de declaraciones de políticos o funcionarios: 6%

<sup>179</sup> Twitter permite a cada usuario decidir si desea recibir mensajes privados o no. De este modo, cada usuario construye sus propias listas y puede seleccionar usuarios y filtrar información.

<sup>180</sup> En todos los casos, los entrevistados podían señalar varias, por lo tanto, los resultados superan el 100%.

También, señalan - en mucha menor medida- la posibilidad de conocer las prioridades y/o intereses de los usuarios (6%) y la facilidad para contactar a colegas (6%). Hay que destacar que dos entrevistados mencionan el peligro que Twitter encierra por la falta de rigor en las publicaciones.

En las entrevistas se indagó sobre las modificaciones sufridas en el proceso de producción de noticias a raíz de la incorporación de Twitter. Ante esto, dos entrevistados consideran que Twitter no ha modificado el proceso de producción de noticias, al menos no sustancialmente. Entre quienes afirman que Twitter ha modificado el proceso de producción de noticias, se destacan los siguientes argumentos:

- Permite conocer y trabajar desde la agenda del público (25%)
- Agrega un canal de información y consulta (32%)
- Posibilita a los periodistas expresar sus opiniones (6%)
- Posibilita a los periodistas el seguimiento de los acontecimientos noticiosos (6%)
- Suma voces a la discusión pública y enriquece el debate. (13%)
- Genera cambios redaccionales y/o estilísticos. (13%)
- Se mantiene la necesidad de rigurosidad de las fuentes y confirmación de los datos. (32%)

Es destacable que los periodistas, en su mayoría, consideran a Twitter como un canal de información y consulta. En igual medida remarcan la necesidad de rigurosidad de las fuentes y la confirmación de los datos. Esto último, no es una modificación al proceso de producción de noticias, pero los entrevistados manifestaron su preocupación sobre el tema.

También es relevante la apreciación de los periodistas sobre el modo que Twitter permite conocer los temas que interesan al público y además, el sentido de los posicionamientos frente a cada tema. Por ello, hay que señalar la instantaneidad que la tecnología aporta al trabajo periodístico.

En otro orden de cosas, los periodistas fueron consultados sobre la calidad de información que circula por Twitter. En tal sentido, remarcaron como limitaciones a la excelencia informativa, que al no existir filtros sobre la información (18%) circula un gran volumen de información que dificulta la visualización de los temas (6%), además, en algunos casos, es difícil reconocer las noticias falsas (25%). Un entrevistado destaca que el escaso tiempo que un mensaje permanece en la pantalla de inicio, hace que la información sea esporádica y en ocasiones se pierda. Otros aspectos señalados sobre la calidad de la información es la brevedad (18%) de los mensajes que implica la necesidad de simplificar los posicionamientos (6%). Por último, señalan que la red permite el insulto con facilidad (6%) Asimismo, provoca discusiones estériles que pueden dejar expuestos a los periodistas sobre situaciones o temas que no preferirían no ahondar en público. Un entrevistado expresó que no hay limitaciones pero que hay que entender no es un medio de comunicación, sino una herramienta aplicable en el trabajo.

Por su parte, entre las ventajas de la red social Twitter para el trabajo periodístico se mencionan: Acceso directo a personalidades públicas, Acceso a fuentes noticiosas, acceso a colegas, acceso a contenidos, facilitar el seguimiento de temas, dar mayor velocidad de circulación a la información, permitir conocer la repercusión de lo publicado y democratizar la información. Por último, algunos entrevistados marca la seriedad de la red social.

En las entrevistas se abordó el rol del periodista y la función social. En tal sentido, la mayoría de los entrevistados (en un 70%) opinaron que Twitter no ha modificado el rol del periodista pues, se trata de una herramienta importante que facilita el trabajo, sobre todo a los periodistas más jóvenes, pero es solo un canal más. También, señalaron que hay casos donde los periodistas opinan sin la información necesaria.

Los entrevistados que consideran que Twitter ha modificado el rol del periodista (32%) argumentan su respuesta en el hecho que en su trabajo cotidiano está presente Twitter y otras redes sociales. Esto permite opinar más y publicar antes de redactar la noticia, pero a la vez obliga a los periodistas a estar atento a lo que se publica en las redes. También, expresaron que cualquier persona pueda brindar información, aunque no sea profesional de la comunicación.

Uno de los tópicos centrales de las entrevistas fue el impacto que Twitter provoca en las rutinas periodísticas.

Muchos entrevistados (70%) afirman que el uso de Twitter significa más trabajo para los periodistas, pues deben controlar permanentemente las publicaciones en las redes sociales (ya sea de los otros medios, de las instituciones y de personalidades públicas). Esto requiere la apropiación de nuevas habilidades laborales y de la extensión del horario de trabajo, ya que también hay que chequear las redes sociales en el tiempo de ocio. El trabajo también se incrementa por la gran cantidad de informaciones falsas que circulan ya que luego, generan desmentidas. En general, los entrevistados acuerdan que el uso de las redes sociales como Twitter cambia la rutina, generando más trabajo.

Como contrapartida a esta situación, Twitter colabora con la búsqueda de información ya que facilita el acceso a la opinión de personalidades políticas que por lo general no atienden a todos los periodistas, solo a los de más prestigio profesional o a aquellos que trabajan para los medios de comunicación más importantes desde el punto de vista de la fuente. Los entrevistados, también, reconocen que simplifica la comunicación de primicias por la velocidad de difusión y además, brinda información desde el lugar de los hechos.

Por último, algunos entrevistados sostienen que marca la agenda de los medios periodísticos y por lo tanto cambia el día o la rutina de trabajo de los periodistas.

También se indagó sobre la supuesta tendencia a informar sin el debido chequeo de datos.

Todos los entrevistados sostienen que en ocasiones, en el trabajo periodístico no se realiza el correcto de las fuentes y /o de los datos que se publican. Entre las razones que explican este hecho, citan fundamentalmente tres: 1) creer que la alta circulación es sinónimo de información fidedigna; 2) poder acceder a información fácilmente a través de la computadora y 3) competencia entre los medios y entre los periodistas por la primicia.

Algunos entrevistados amplían este análisis explicando que se ha iniciado un debate al interior de la profesión sobre el compromiso profesional con la verdad y se busca profundidad en el tratamiento de la noticia, ya que esta liviandad en el tratamiento incide en la credibilidad del periodista.

También, se consultó sobre la posible relación entre el uso de Twitter y su incidencia sobre las condiciones laborales. Los periodistas consultados coinciden que existe un deterioro en las condiciones laborales, aunque entienden que esto responde a una diversidad de causas, entre ellas: las empresas periodísticas invierten menos recursos materiales y humanos para el desarrollo de la actividad; se fomenta un "periodismo de escritorio" más rápido y más superficial; el uso de redes sociales como Twitter facilita el acceso a los hechos; Ausencia de discusión salarial frente al aumento de trabajo y de tareas.

Por último, se consultó a los entrevistados sobre la situación del periodismo en la actualidad

La mayoría (75%) de los entrevistados no considera que el periodismo esté en crisis pues consideran que ante los cambios sufridos en el trabajo periodístico, el oficio se hace más necesario. Se requiere un buen procesamiento de la información mayor compromiso por parte de los trabajadores de los medios de comunicación. Se requiere análisis e interpretación de la realidad y los periodistas deben cuidar la calidad de la información que se difunde.

Destacan la profesionalidad y la relacionan con la credibilidad de la información que se difunde y con la capacidad de seleccionar los temas tratados. Es decir, que el periodista sigue siendo clave por su capacidad de análisis, más allá que la tecnología permita a cualquier persona participar en la difusión de acontecimientos.

Los entrevistados que consideran que el periodismo atraviesa una crisis se distinguen dos grandes grupos: por un lado, aquellos entrevistados que analizan la realidad periodística de manera global y destacan los siguientes argumentos:

- Incapacidad del periodismo para adaptarse a los cambios
- Posibilidad técnica para que cualquier persona publique información
- Falta de control de los datos antes de publicar.
- El entretenimiento disputa espacio a la información (y eso genera noticias sensacionalistas)
- Por otra parte, otros entrevistados entienden que la crisis se origina en el modelo de negocios de los medios y dentro de esta causa, particularizan las siguientes razones de la crisis:
  - Concentración del campo mediático
  - Disminución de las ventas en los medios gráficos
  - Cambios en las formas de consumo de la información.
  - Desfinanciamiento de los medios
  - Precarización de las empresas periodísticas
  - Precarización de la profesión en el seno de las empresas periodísticas.

En síntesis, prima la idea que el verdadero oficio del periodismo (con investigación, entrevistas y testimonios) no está en crisis, lo que está en crisis son los medios.

## BIBLIOGRAFÍA

- CASTELLS, Manuel (2001) *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Plaza & Janés editores. Barcelona.
- IGARZA, Roberto (2008) *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Bs. As. La Crujía.
- LUCHESSI, Lila (2010) *Nuevos escenarios detrás de las noticias: agendas, tecnologías y consumos*. Buenos Aires: La Crujía.
- PAVLIK, John (2005) *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa. 1ra. Edición en inglés 2001.
- RAMONET, Ignacio (2011) *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Buenos Aires. Ed. Capital Intelectual.
- SCOLARI, Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España. Ed. Gedisa.
- VILLANUEVA MANSILLA, Eduardo (2005) *Comunicación interpersonal en la era digital*. Bogotá. Grupo Editorial Norma.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# El cambio climático en la prensa peruana en el contexto de la COP20

## Climate Change in the Peruvian press before, during and after the COP20

*María José Palacios Esparza<sup>181</sup>*

*Juan Fernando Bossio<sup>182</sup>*

**RESUMEN:** Este artículo analiza cómo los medios de comunicación en el Perú tocan el tema del cambio climático, tomando como casos a dos diarios de similar importancia e inclinación política opuesta: Correo y La República. El objeto de estudio son sus publicaciones tres meses antes, tres después y durante la COP20 realizada en Lima en diciembre de 2014. Se mide la frecuencia, tamaño y ubicación de las noticias, y se analiza el discurso del conjunto de notas de cada medio, comparándose la importancia que le dan los diarios al cambio climático y cómo el discurso y el contenido tratado cambia según sea de izquierda o derecha. Se encuentra que el cambio climático es un tema muy limitado para ambos diarios y que no se le da mayor importancia salvo durante el mes de la COP20, que la consulta a científicos es prácticamente inexistente, y que la asignación de responsabilidades y la pluralidad de fuentes consultadas es dependiente de la orientación del diario.

**PALABRAS CLAVE:** Comunicación científica, Cambio climático, Medios de comunicación de masas

**ABSTRACT:** Paper analyzes how the media in Peru tackles the issue of climate change by considering the case of two newspapers of similar importance and opposite political inclination: Correo and La República. The publications of such newspapers three months before, three after and during the COP20 held in Lima in December 2014 were revised. The frequency, size and location of news are measured and the discourse of the set of notes of each medium is analyzed, comparing the importance that the newspapers give to climate change and how the discourse and content treated changes according political conceptions. It is found that climate change is a very limited issue for both newspapers and that it is not valued except during the month of COP20, that the consultation of scientists is practically non-existent, and that the allocation of responsibilities and the plurality of sources consulted is dependent on the political orientation of the journal.

**KEY WORDS:** Scientific communication, Climate Change, Mass Media

La República y Correo son dos diarios con más de tres décadas de existencia y pertenecen a grupos mediáticos dentro de los más grandes del país. El primero es considerado de izquierda y el segundo, de derecha. Como es de esperarse, estos dos medios de comunicación tienen enfoques contrapuestos sobre diversos temas. El cambio climático, al ser un tema científico y tener una verdad consensuada por científicos, no debería tener distintas versiones dentro de los medios de comunicación; sin embargo, no necesariamente ocurre así. El cambio climático es un tema que, además de ser complejo por su explicación científica, toca temas sensibles para ciertos grupos de poder que manejan los medios de comunicación. Es por eso que mediante esta investigación se busca analizar cuáles son las diferencias en los discursos de ambos diarios y cómo su línea editorial afecta en gran medida a lo que se dice sobre el fenómeno climático.

### OBJETIVOS

El primero es determinar el nivel de importancia que se le da al cambio climático en Correo y La República según la frecuencia, el tamaño, tono y grado de profundidad de las noticias. El segundo consiste en analizar el concepto de cambio climático en los dos medios de comunicación; y el tercero, describir la relación entre la inclinación del medio y el concepto sobre el cambio climático.

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO

Los medios de comunicación son la principal vía por la que la información sobre el cambio climático puede llegar a la población en general (Mercado, 2013). La preocupación pública por desastres naturales como el ciclón Katrina (2005), la declaración del Panel Intergubernamental de Científicos sobre la intervención del hombre en el cambio climático (2007) y una serie de eventos de política internacional sobre medio ambiente dan razón a un incremento de la atención de los medios en temas ambientales (Mercado, 2013; Piñuela, 2013; Shanahan, 2007).

<sup>181</sup> María Jose Palacios. Pontificia Universidad Católica del Perú, Licenciatura, Perú, mjpalacios.e@gmail.com

<sup>182</sup> Juan Fernando Bossio. Pontificia Universidad Católica del Perú, Departamento de Comunicaciones, MSc, Perú, jfbossio@puccp.pe

Sin embargo, esta atención no ha estado siempre bien orientada. Siguiendo el principio del equilibrio periodístico los medios buscan variedad de fuentes para dar una información neutral, por ello dan cabida a negacionistas además de resaltar la importancia de los tomadores de decisiones políticas, con lo que la explicación científica termina siendo solo una opinión más (León y De Lara, 2013; Mercado, 2013; Shanahan, 2007).

La comunicación del cambio climático y de asuntos medioambientales a través de los medios requiere de cierto nivel de especialización así como combatir ciertos peligros o desafíos. El primer desafío es entender la comunicación científica y encontrar en ella la noticia para lo que se requiere de especialización de los periodistas (Picó, 2014).

En el encontrar la noticia surge un conjunto de desafíos adicionales como la tendencia a quedarse en la anécdota curiosa sin relacionarla a procesos globales, el catastrofismo y el sensacionalismo. El exceso en los últimos dos puede traer como consecuencia lo contrario a lo esperado: si la catástrofe es inminente y/o si las decisiones requeridas están más allá del alcance del público entonces no hay nada que como ciudadano pueda hacerse contra el cambio climático (Heras y Meira, 2014). El desafío opuesto es el de la trivialización u omisión de información sobre el fenómeno, guiada muchas veces por fuentes de información o comentaristas negacionistas (Fernández, 2014).

Tanto el negacionismo como el catastrofismo pueden traer como consecuencia la despreocupación o falta de acción ciudadana. La forma de combatir ambos desafíos sin dejar de comunicar la gravedad de la situación es mediante comunicación propositiva. Además de conocer sobre las consecuencias del cambio climático, los ciudadanos requieren saber qué pueden hacer ellos y qué deben exigir a sus gobiernos (Heras y Meira, 2014).

La capacidad de difundir una visión de la sociedad y los acontecimientos es fuente de poder en una sociedad desigual, ya que sirve a la propagación de discursos (Van Dijk 1999: 27). La hipótesis de partida de esta investigación fue que la orientación política de los medios determinó la forma como habían abordado el cambio climático.

## **METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

Se combina métodos cuantitativos y cualitativos con una finalidad descriptiva e interpretativa mas no explicativa.

Se tomó dos diarios de alcance nacional y similar distribución pero que expresan posiciones políticas opuestas. Se ha revisado la versión impresa de los diarios a lo largo de siete meses, desde setiembre de 2014 a marzo de 2015, es decir tres meses antes y tres después de la COP20 realizada en diciembre. Durante diciembre se revisó ambos diarios todos los días mientras que en los restantes 6 meses se revisó estos de viernes a lunes, que son los días en los que la población lee los diarios con mayor frecuencia (Ipsos, 2012).

Para el análisis cuantitativo se revisó el tamaño, tono y grado de profundidad de las noticias. En el caso del tamaño, se clasificó las noticias como muy pequeñas (menos de  $\frac{1}{4}$  de página), pequeñas (entre  $\frac{1}{4}$  y media página), medianas (entre  $\frac{1}{2}$  y  $\frac{3}{4}$  de página), grandes (de  $\frac{3}{4}$  a 1 página) y muy grandes (2 páginas).

En el tono de las noticias se las clasificó en 4 tipos de tono: catastrófico, cuando se centra en las consecuencias del cambio climático; crítico, cuando se buscan responsables o se critica determinada situación; neutro, cuando no permite tomar una posición sobre el tema o solo repite lo que dicen otros; y propositivo, cuando se plantea soluciones al fenómeno.

En el caso del grado de profundidad, se hizo una escala del 1 al 5, en donde 1 corresponde a las noticias de menos de  $\frac{1}{4}$  de página, sin actores científicos y que no aporta información relevante sobre el fenómeno; y 5 corresponde a un reportaje de investigación o entrevista a un profesional, con presencia predominante de actores científicos, de 1 o 2 páginas y con información relevante y detallada sobre el cambio climático.

Por otro lado, el análisis de discurso se realizó teniendo en cuenta el argumento principal de la noticia, el tema al que está relacionado, el tipo de noticia, la sección y los actores que intervienen.

## **PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Un primer aspecto que salta a la vista es el tipo de actor que ambos medios utilizan, pues se ve la inclinación política a pesar de ciertas similitudes. En el caso de La República, existe un balance entre los tipos de actores. Sin embargo, los que más predominan son los funcionarios públicos por haber más noticias relacionadas a la COP20 que se basan en lo que dicen estos funcionarios. Aún así, el porcentaje de organizaciones indígenas es importante.

**Gráfico número 1: Frecuencia de tipos de actores en La República**

La República intenta mostrar varias caras del fenómeno y no solo las oficiales. Tiene una cobertura significativa sobre las poblaciones indígenas y sobre la Cumbre de los Pueblos, que fue la cumbre alterna a la COP20 donde participaron organizaciones indígenas reclamando que la COP20 se daba a puertas cerradas para la ciudadanía.

Lo que se puede ver de este tipo de noticias es que constantemente se resaltan las demandas de las poblaciones indígenas en cuanto a la protección de sus bosques, y se critica al Estado por no respetar el derecho indígena. Un ejemplo es la entrevista a Ruth Buendía, dirigente indígena de la Comunidad Nativa Cutivireni, quien afirma que el Estado debe respetar los bosques y que no debe tener un doble discurso apoyando a las empresas extractivas (Mayo, 2014).

Mientras tanto, Correo marca un notorio desbalance en cuanto a la referencia a distintos actores. Casi la mitad son funcionarios públicos y solo aparecen al reproducir lo que dicen en la COP20. Además de eso, sólo hay un porcentaje pequeño de organizaciones indígenas, pues a lo largo de los 7 meses solo se pudo encontrar dos noticias sobre poblaciones indígenas, pero ambas son cortas y superficiales como para poder analizar.

Lo más alarmante de los gráficos de ambos medios es que los porcentajes de actores científicos son muy bajos (2% en Correo y 1% en La República). Esto quiere decir que los diarios están más preocupados por darle un enfoque que se asemeje a su inclinación política que a dar información que se apegue a la verdad mediante fuentes científicas.

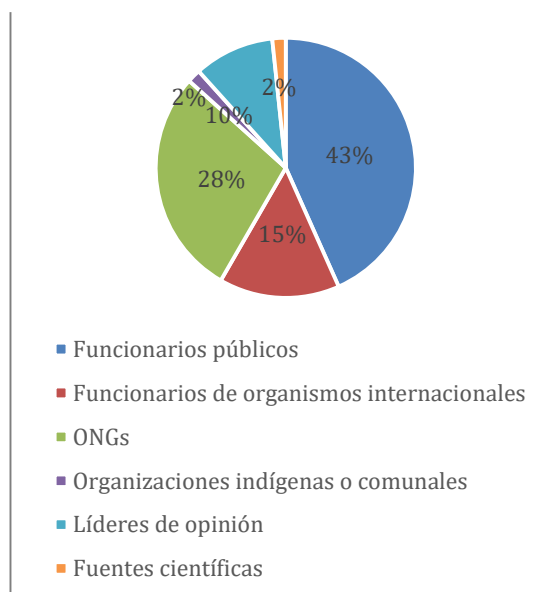
Otro aspecto en donde se puede ver la influencia de la ideología del medio es en la concepción que tienen sobre el cambio climático. Es decir, quiénes son los principales responsables del cambio climático, sus causas y consecuencias. Para La República, el principal culpable en la aceleración del cambio climático es el sector privado, sobre todo las grandes industrias de minería, hidrocarburos e hidroeléctricas. Esto debido a su afectación a los recursos naturales y a la cantidad de gases de efecto invernadero que emiten. (Contreras, 2014).

El otro culpable para La República es el Estado por su falta de voluntad política para contrarrestar adecuadamente los gases de efecto invernadero. Para el diario, la ausencia de políticas públicas lleva a que el país sea tan vulnerable al cambio climático al no tener estrategias de adaptación y mitigación, y al privilegiar el crecimiento económico antes que el crecimiento sostenible. Ejemplos de esto son editoriales del diario. (Mohme, 2014).

Para Correo, el diario de derecha, la gran empresa no tiene mayor responsabilidad en el cambio climático. Para este medio, el mayor responsable en la contaminación es la minería ilegal. Frecuentemente se menciona que la minería ilegal tiene mayores índices de contaminación y que esto está dañando los recursos naturales (Figuerola, 2014).

Lo que sí se asemeja con La República, es que también culpa al Estado, pero siempre en relación a la minería ilegal, por lo cual el cambio climático pasa a segundo lugar. Un ejemplo es el editorial del 13 de diciembre en el que se menciona la incapacidad del gobierno por combatir la minería ilegal y su colusión con esta (Slocovich, 2014).

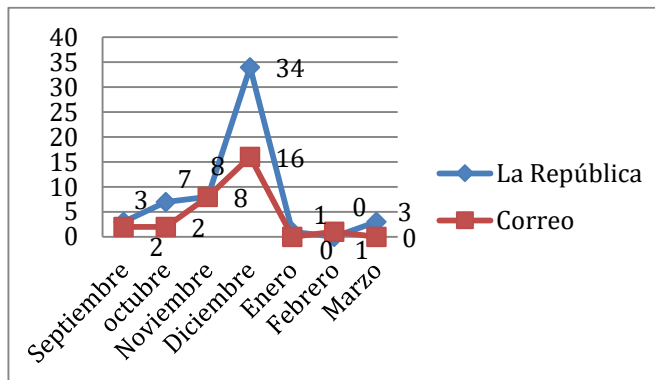
La cobertura que los diarios le dan al cambio climático también influye en cómo está caracterizado el fenómeno en los dos medios de comunicación. Uno de los aspectos en los que se puede ver esto es en la presencia o ausencia de una definición clara sobre el cambio climático: causas, consecuencias y objetivos para mitigar el fenómeno. Durante los siete meses investigados, se puede ver que La República duplica el número de noticias sobre el cambio climático de Correo. En total, La República tiene 104 noticias y Correo, 48. Ambos medios tienen una notoria subida en diciembre debido

**Gráfico número 2: Frecuencia de tipos de actores en Correo**

a la COP20.

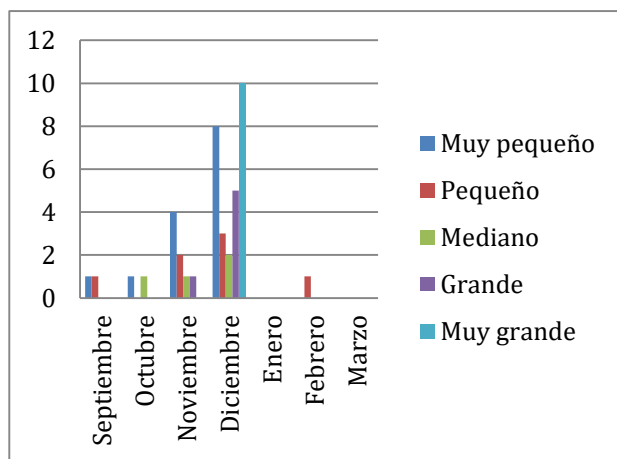
Esto hace que en las noticias sobre el cambio climático de La República se pueda encontrar lo que para el diario son las causas, las consecuencias y los objetivos para mitigar el fenómeno. En el caso de las causas, para La República es incuestionable que la actividad del ser humano sea el principal factor en la aceleración del cambio climático. La mayoría de sus artículos de opinión hablan de la urgencia de actuar en armonía con la naturaleza. En cuanto a las consecuencias y objetivos, el diario menciona con bastante frecuencia que el Perú es el tercer país más vulnerable al cambio climático; que la temperatura del planeta puede subir de 2 a 4 grados; y que para el 2050, se deben reducir las emisiones entre 40% y 70%, y que para el 2100 deben llegar a cero. Diversos actores claves mencionan esto a lo largo de los siete meses investigados como, por ejemplo, la excongresista de izquierda Verónica Mendoza (La República, 2014) o el ex viceministro de Gestión Ambiental José de Echave (Contreras, 2014). En cambio, en Correo, al tener un número muy reducido de noticias, no se puede encontrar un discurso estructurado sobre el cambio climático. Pero lo que sí se puede deducir entre sus noticias, es que para el medio, la influencia del ser humano en la aceleración del cambio climático no es un hecho innegable, debido a que les da cabida a columnistas escépticos sobre el cambio climático como Miguel Santillana (2014).

Gráfico número 3: Frecuencia de noticias sobre cambio climático



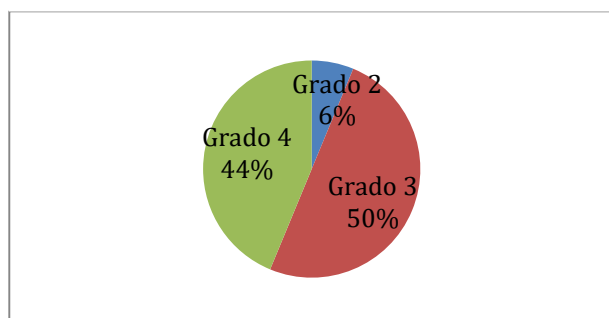
En el caso de los objetivos para mitigar el fenómeno y las consecuencias del mismo en Correo, no se puede percibir una perspectiva sobre el fenómeno, pues las noticias son pocas. Además las noticias de Correo previas a la COP20 permiten hacer un mayor análisis, pues muchas de ellas tienen un tamaño no mayor a 1/6 de página. El segundo motivo es que a partir de diciembre, las noticias se limitan a relatar lo que ocurre dentro de la COP20, lo cual no incluye un trabajo de investigación ni de análisis.

Gráfico número 4: Tamaño de las noticias por mes en el diario Correo



Si se revisa de cerca el tamaño de las noticias de Correo, se puede ver que en la mayoría de meses, las noticias que más predominan son las muy pequeñas, seguidas de las pequeñas, sobre todo en los meses previos a la COP20. Solo en diciembre, las noticias muy grandes superan en número al resto. Esto podría dar a entender que durante la cumbre climática aparecieron noticias sobre el cambio climático más relevantes.

Gráfico número 5: Número de noticias grandes y muy grandes según grado de importancia en el diario Correo



Sin embargo, al analizar el grado de profundidad de las noticias de Correo, se puede ver que esto no necesariamente es así. Además de aparecer mayor cantidad de noticias de muy poca profundidad en los meses previos a la COP20, se puede ver también que la mayoría de las noticias grandes y muy grandes de Correo tienen un grado de profundidad intermedio. Esto quiere decir que la extensión de las noticias no asegura que haya un mayor análisis sobre el cambio climático. La tendencia en el diario Correo fue que cuando existió un espacio extenso para el cambio climático, este no haya sido aprovechado adecuadamente con información relevante sobre el fenómeno.

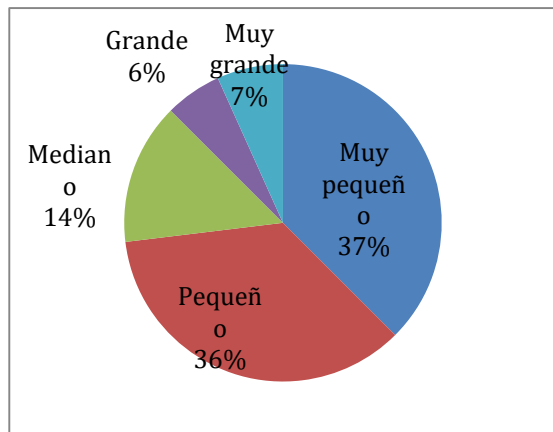
En La República, al igual que en Correo, las noticias pequeñas y muy pequeñas son las que predominan en los siete meses, pues representan más del 70%. En cambio, las grandes y muy grandes, solo el 6% y 7% respectivamente. Al revisar el grado de profundidad por sí solo también se asemeja a lo que ocurre en Correo.

Aunque las noticias de grado de profundidad 4 son las que predominan en cada mes de septiembre a noviembre, las de grado 1 y 2 son las de mayor número en el total de

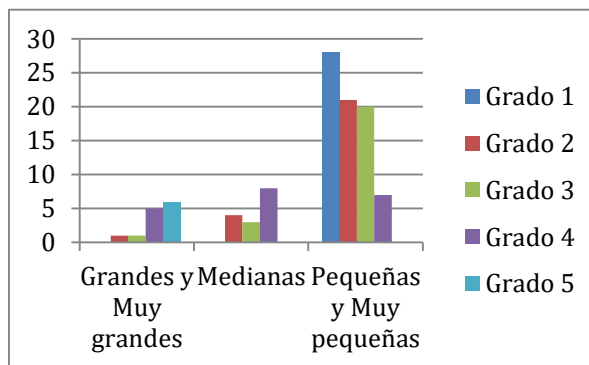


noticias. Incluso se puede ver que en diciembre, mes de la COP, las de menor grado crecen notoriamente. Sin embargo, lo que se diferencia con Correo es que la mayoría de noticias grandes y muy grandes sí corresponden con los grados de profundidad 4 y 5, como se puede ver en el gráfico número 7. Esto quiere decir que en La República, las noticias con mayor extensión son las que tienen información más relevante y detallada sobre el cambio climático.

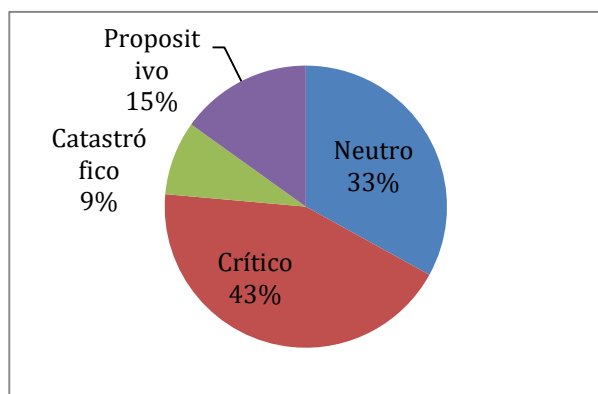
**Gráfico número 6: Número total de las noticias según tamaño en el diario La República**



**Gráfico número 7: Grado de las noticias según tamaño en el diario La República**



**Gráfico número 8: Número total de noticias según tono en el diario La República**



También existen diferencias entre los diarios en cuanto al tono de las noticias sobre el fenómeno. En La República, el tono que más predomina es el crítico con 43%. Esto quiere decir que el diario se concentra más en buscar responsables sobre el fenómeno. Aunque tener este tipo de tono podría ser un aspecto positivo, la mayoría de las noticias críticas son pequeñas, lo que limita la información que pueda haber sobre el cambio climático. Esto también pasa con las noticias propositivas, las cuales tienen mayor número de noticias pequeñas y muy pequeñas. Sin embargo, se puede ver que, al igual que en el grado de profundidad, las noticias grandes y muy grandes de La República se concentran en mayor medida en las noticias críticas. Esto quiere decir que las noticias extensas de este diario contienen información relevante sobre el cambio climático y son, además, de tono crítico, con lo cual tienen una intención de denuncia.

En cambio en Correo el tono de mayor predominancia es neutro. Además, las noticias grandes y muy grandes tienen un número más elevado dentro del tono neutro. Si se tiene en consideración el tamaño y grado de profundidad, se puede ver que la mayor parte de noticias grandes de Correo tienen información superficial y son de tono neutro. Es decir que no son suficientes para informar a la ciudadanía sobre el cambio climático.

A raíz de la poca información que contiene Correo sobre el fenómeno climático tanto en su cobertura como en el tipo de noticias es que no se pueden encontrar soluciones concretas para mitigar el cambio climático. En La República, aunque las noticias propositivas sean pocas, se pueden percibir ciertas soluciones que están dirigidas principalmente a los responsables que el diario considera en la aceleración del cambio climático: la inversión por parte de las empresas en energía renovable y tecnologías limpias para contrarrestar las emisiones de carbono (Besombes, 2014, p.13); y el financiamiento de parte de los países más desarrollados y las industrias más grandes para la mitigación y adaptación al cambio climático (Carreño, 2014).

Gráfico número 9: Tamaño de las noticias según tono en el diario La República

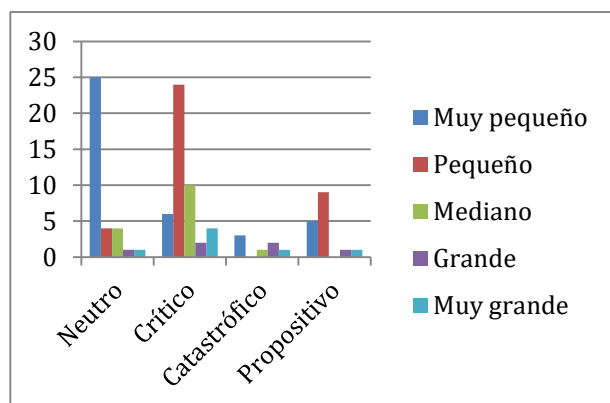
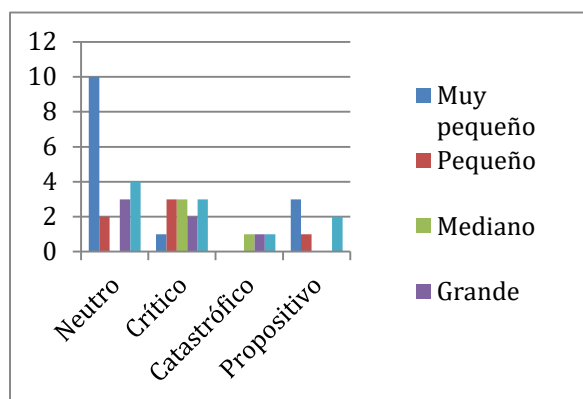


Gráfico número 10: Tamaño de las noticias según tono en el diario Correo



## CONCLUSIONES

A pesar de que la COP20 fue una oportunidad para generar mayor contenido sobre el cambio climático en el Perú, esta se perdió al aparecer más noticias pequeñas y superficiales sobre el fenómeno. La COP20 generó el doble efecto de sobreinformación y desinformación al que se refieren Chomsky y Ramonet (2002): por un lado, hubo una sobreinformación del tema en ambos diarios ya que en diciembre se duplicó la cobertura sobre el cambio climático; pero al mismo tiempo lo que hacía era desinformar al ser tan breves y tener un discurso tan simplificado. Aunque el número de noticias disminuye pasada la cumbre, en La República las noticias sobre el fenómeno son más grandes y profundas, lo que da a entender que la COP20 no daba pie para mayor investigación.

Por otro lado, ambos diarios caen en uno de los errores frecuentes de los medios sobre el cambio climático: la omisión o la falta de propuestas. Se puede ver que tienen un número considerable de noticias que se muestran neutras al cambio climático y que no aportan nada. En cambio, las noticias propositivas y catastróficas son reducidas. Aunque contengan noticias de tono crítico, estas críticas no son útiles al no verse apoyadas en propuestas. Sumado al hecho de que las noticias durante la COP20 eran abundantes pero superficiales, los diarios caen en la trivialización de las noticias sobre el fenómeno al omitir información relevante y no contar con propuestas, lo que contribuye a la pasividad de los lectores (Fernández, 2014).

A pesar de esto, el análisis del discurso muestra que en La República, a diferencia de Correo, sí se puede percibir de manera concreta una opinión sobre las soluciones al fenómeno. Pero la crítica está dirigida al sector empresarial e industrial y no al común de la población, lo que resalta la imagen de un fenómeno global y no local. Esto hace que los lectores sientan que el cambio climático es algo lejano en vez de contribuir a la movilización social (Picó, 2014).

Así, Correo demuestra tener un discurso hegemónico sobre el cambio climático del que hablaba José Luis Piñuela al tener columnistas que cuestionan el fenómeno y no tratar el tema con el debido detalle. Tal como menciona María Josep Picó (2014), las ideologías más conservadoras son las que propician las controversias y debates sobre las causas y consecuencias del fenómeno y le dan cabida a visiones negacionistas. La República muestra un discurso más alternativo al no cuestionar la influencia del ser humano en el cambio climático y al incluir la visión de distintos grupos de la población. Sin embargo, es un discurso que contiene lo mínimo que debería mostrar un medio sobre el fenómeno.

Por último, la información científica está prácticamente ausente en la cobertura de ambos medios, lo que no permite estimar que esta ausencia tenga que ver con la orientación política o comercial de los medios. Por ello consideramos necesario desarrollar la capacidad de consulta, comprensión y presentación de ese tipo de información en el periodismo en el Perú.

**BIBLIOGRAFÍA, SIGUIENDO LAS NORMAS APA.**

- Besombes, C. (13 de octubre del 2014). Las fuentes no convencionales aportarán un 5% a la energía total del país. *La República*, pp. 13.
- Carreño, I. (4 de diciembre del 2014). Países vulnerables deben ser prioridad en financiamiento. *La República*, pp. 12.
- Chomsky, N., y Ramonet, I. (2002). *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios*. Recuperado de [https://kmarx.files.wordpress.com/2013/11/cc3b3mo-nos-venden-la-moto-chomsky\\_ramonet.pdf](https://kmarx.files.wordpress.com/2013/11/cc3b3mo-nos-venden-la-moto-chomsky_ramonet.pdf)
- Contreras, J. (25 de octubre del 2014). Áreas concesionadas a la industria minera están en las principales cuencas. *La República*, pp. 15.
- Fernandez, R. (2014). De la omisión a la toma de medidas en la comunicación del cambio climático. El punto focal de los 2°C. En B. León (coord.), *Periodismo, medios de comunicación y cambio climático* (pp. 154-171). Salamanca, España: Comunicación Social.
- Figueroa, A. (12 de octubre del 2014). Pasivos ambientales. *Correo*, pp. 6.
- Heras, F., y Meira, P. A. (2014). ¿Cómo podemos mejorar la calidad de la información sobre el cambio climático? En B. León (coord.), *Periodismo, medios de comunicación y cambio climático* (pp. 28-46). Salamanca, España: Comunicación Social.
- Ipsos Apoyo. (2012). Hábitos y actitudes hacia la prensa escrita.
- Leon, B., y De Lara, A. (2013). Ciencia y cambio climático. Estudio de la cobertura del cambio climático en la prensa española. En R. Fernández (director) y R. Mancinas (coord.). *Medios de comunicación y cambio climático* (pp. 91-104). Sevilla: Fénix Editora. Recuperado de [http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/recursos/mini-portales-tematicos/2013\\_medios\\_de\\_comunicaci%C3%B3n\\_y\\_cambio\\_clim%C3%A1tico\\_tcm7-288212.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/recursos/mini-portales-tematicos/2013_medios_de_comunicaci%C3%B3n_y_cambio_clim%C3%A1tico_tcm7-288212.pdf)
- Mayo, A. (4 de diciembre del 2014). No solo el cambio climático nos afecta, la tala ilegal también. *La República*, pp. 12.
- Mercado, M. (2013). El análisis del tratamiento informativo del cambio. En R. Fernández (director) y R. Mancinas (coord.). *Medios de comunicación y cambio climático* (pp. 123-134). Sevilla: Fénix Editora. Recuperado de [http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/recursos/mini-portales-tematicos/2013\\_medios\\_de\\_comunicaci%C3%B3n\\_y\\_cambio\\_clim%C3%A1tico\\_tcm7-288212.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/recursos/mini-portales-tematicos/2013_medios_de_comunicaci%C3%B3n_y_cambio_clim%C3%A1tico_tcm7-288212.pdf)
- Mohme, G. (24 de noviembre del 2014). El Perú y la COP 20. *La República*, pp. 4.
- Pico, M. J. (2014). El cambio climático en el entorno 2.0. En B. León (coord.), *Periodismo, medios de comunicación y cambio climático* (pp. 125-135). Salamanca, España: Comunicación Social.
- Piñuela, J. L. (2013). El discurso hegemónico de los media sobre el “cambio climático” (riesgo, incertidumbre y conflicto) y estrategias de intervención. En R. Fernández (director) y R. Mancinas (coord.). *Medios de comunicación y cambio climático* (pp. 27-42). Sevilla: Fénix Editora. Recuperado de [http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/recursos/mini-portales-tematicos/2013\\_medios\\_de\\_comunicaci%C3%B3n\\_y\\_cambio\\_clim%C3%A1tico\\_tcm7-288212.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/recursos/mini-portales-tematicos/2013_medios_de_comunicaci%C3%B3n_y_cambio_clim%C3%A1tico_tcm7-288212.pdf)
- Santillana, M. (7 de noviembre del 2014). ¿Cambio climático o sobrepoblación? *Correo*, pp. 11.
- Shanahan, M. (2007). Hablar de una revolución: cambio climático y medios de comunicación. *Nota Informativa del IIED*. Recuperado de <http://pubs.iied.org/pdfs/17029SIIED.pdf>
- Slocovich, Iván. (1 de diciembre del 2014). Una oportunidad de vida llamada COP 20. *Correo*, pp. 11.
- Van Dijk, T. A. (1999). Análisis crítico del discurso. *Anthropos*, (186), pp. 23-36. Recuperado de <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20an%20cr%20del%20discurso.pdf>

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

# “Nossa grande preocupação é fazer livros que resistam ao tempo”

## “Our great concern is to make books that resist time”

Alexandre Zarate Maciel<sup>183</sup>

**RESUMEN:** Este artigo discute a inserção do jornalista autor de livros-reportagem no meio editorial. A partir de entrevistas qualitativas em profundidade com os repórteres Adriana Carranca, Caco Barcellos, Daniela Arbex, Fernando Morais, Laurentino Gomes, Leonencio Nossa, Lira Neto, Rubens Valente, Ruy Castro e Zuenir Ventura, e com os editores Fernando Mangarielo, da Alfa-Omega e Otávio Costa, da Companhia das Letras, cria-se um debate em que todos comentam a respeito das diferenças das hierarquias e do ritmo de produção de uma redação com relação à produção mais autônoma do livro-reportagem. Os editores, que atuaram respectivamente nos anos 1970 e a partir dos anos 1980, discorrem sobre as formas de produção e divulgação do livro-reportagem em épocas e contextos históricos diferenciados.

**PALABRAS CLAVE:** Livro-reportagem, mundo editorial, jornalistas e editores.

**ABSTRACT:** This article discusses the insertion of journalist author of books-reportage in the editorial universe. Based on in-depth qualitative interviews with reporters Adriana Carranca, Caco Barcellos, Daniela Arbex, Fernando Morais, Laurentino Gomes, Leonencio Nossa, Lira Neto, Rubens Valente, Ruy Castro and Zuenir Ventura, and with editors Fernando Mangarielo, Omega and Otávio Costa, from Companhia das Letras, created a debate in which everyone commented on the differences of the hierarchies and the rhythm of production of an essay in relation to the more autonomous production of the book-report. The editors, who acted in the 1970s and the 1980s respectively, discuss the ways in which story-telling are produced and disseminated in differentiated historical contexts.

**KEY WORDS:** Book-report, editorial world, journalists and editors.

### 1. “LIVROS FACILMENTE INTELIGÍVEIS E POTENCIALMENTE ATRAENTES”

Seja firmando contratos para produção de livros exclusivos ou, como era mais comum no passado, transpondo uma reportagem já publicada em jornal ou revista para uma obra, o mundo editorial apresenta-se para o jornalista como um caminho diferenciado para a sua comunicação com o público. Na relação que estabelece com as editoras, o profissional lida com outras lógicas de escolha de temas e ângulos, prazo, espaço, diálogo com editores e revisores, divulgação, além da perspectiva de um tipo específico de leitor que vai lê-lo não como repórter ou colunista de um órgão midiático, mas sim como um escritor.

Neste artigo organiza-se o simulacro de um debate entre os jornalistas escritores de livros-reportagem Adriana Carranca, Caco Barcellos, Daniela Arbex, Fernando Morais, Laurentino Gomes, Leonencio Nossa, Lira Neto, Rubens Valente, Ruy Castro e Zuenir Ventura e dois editores. O mais experiente, Fernando Mangarielo, fundou a editora Alfa-Omega em 1973 e, em uma postura de crítica à ditadura militar, ajudou a pavimentar o território de um mercado mais consistente para o livro-reportagem no Brasil. Principalmente com as experiências de publicar dois livros de sucesso de Fernando Morais, *A ilha*, sobre a Cuba dos anos 1970 e *Olga*, uma militante comunista. Mangarielo descreve o modelo de uma “guerrilha” editorial que empreendeu naquela época para editar, publicar e divulgar livros que tratavam de temas palpitantes e proibidos.

Otávio Costa, hoje *publisher* da Companhia das Letras, começou em 2000 como editor assistente e responde atualmente pela supervisão e edição de todos os livros relacionados à não ficção na empresa. A editora, fundada em 1986, foi pioneira no país em criar modelos profissionais de contratos específicos com jornalistas, como Ruy Castro e Fernando Morais, para produzirem livros-reportagem exclusivos. Seus livros nessa área, entre os quais os clássicos *Chatô*, de Fernando Morais, e *Chega de saudade*, de Ruy Castro, costumam liderar a lista de mais vendidos, além de angariar prêmios literários importantes, como o Jabuti.

Tratando do livro-reportagem, Lima (2009, p. 4) acredita que esse produto preenche os “vazios deixados pelo jornal, pela revista, pelas emissoras de rádio, pelos noticiários de televisão, até mesmo pela internet”. Esse gênero contribuiria para

<sup>183</sup>Alexandre Zarate Maciel, professor adjunto do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus de Imperatriz (MA), doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Brasil, alexandremaciel2@gmail.com.

o “aprofundamento do conhecimento do nosso tempo, eliminando, parcialmente que seja, o aspecto efêmero da mensagem da atualidade praticada pelos canais de comunicação jornalísticos”. Assim, o livro-reportagem seria um “subsistema híbrido” (LIMA, 2009, p. 11), ligado aos sistemas de jornalismo e ao de editoração.

Na ótica de outro pesquisados da área, Catalão (2010, p. 232), como não está vinculado a uma “subordinação funcional e econômica” dos veículos jornalísticos, mas mesmo assim precisa se atrelar a outras lógicas, no caso do mercado editorial, o escritor de livros-reportagem precisa pautar um assunto que atraia o interesse do público e compor textos “facilmente inteligíveis e potencialmente atraentes para o maior número de leitores possível”.

Para Duarte (2005, p. 62), a entrevista individual em profundidade, aplicada nas entrevistas da tese de doutorado que gerou este artigo, tem por base as “teorias e pressupostos definidos pelo investigador” e é útil para “recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer”. Os jornalistas autores de livros-reportagens compõem uma categoria específica da profissão ainda pouco estudada no campo da comunicação. É difícil, por exemplo, aplicar técnicas de raízes etnográficas, como a da observação participante, para entender seu modo de produção. Eles não trabalham em redações – marcadas pela lógica da hierarquia profissional e pressão do tempo das horas de fechamento – onde possam ser sistematicamente verificadas as suas práticas.

### 1.1 “LIVRO-REPORTAGEM COMO CULMINÂNCIA DO TRABALHO NO JORNALISMO”

Compreender as formas como os jornalistas entrevistados avaliam a sua inserção no sistema de produção das editoras ajuda a estabelecer semelhanças e diferenças com o seu local de origem: a redação. Pela perspectiva mais macro, institucional, Leonencio Nossa (informação verbal)<sup>184</sup>, que publicou seus primeiros livros (*O rio*, sobre o rio Amazonas e *Homens Invisíveis*, a respeito de tribos brasileiras desconhecidas) pela Record e agora está na Companhia das Letras (onde lançou *Mata!*, sobre a Guerrilha do Araguaia), acredita que as estruturas de uma editora e de uma redação são completamente diferentes. “Só que o topo dessa estrutura é idêntico. Você tem o negócio, que leva em conta a influência daquilo na opinião pública ou a venda daquele produto no mercado.”

A história da negociação envolvendo o livro *Rota 66*, de Caco Barcellos (informação verbal)<sup>185</sup>, com a editora Record é ilustrativa com relação ao jogo de poder que o jornalista tem que lidar no mercado editorial. Como a obra denunciava nominalmente policiais assassinos, era quase certo que o autor teria que responder a vários processos, o que de fato ocorreu, em um total de 18 ações. Entre articulações possíveis de uma censura prévia e arriscar publicar tudo o que tinha apurado, o autor preferiu a última opção, mas garantiu à editora que pagaria do próprio bolso toda despesa judicial. “Então eles me deixaram totalmente livre. Porém, cem por cento de responsabilidade. As redações seguram o rojão jurídico junto. Eu tive que ir sozinho com os matadores lá, eu e meu advogado.” No fundo, assume Caco Barcellos, sua grande intenção ao publicar o livro era “que os policiais parassem de matar”.

Se muitos temas continuavam sendo tabus no início da década de 1990, a postura de Fernando Mangarielo, nos anos 1970, foi no mínimo corajosa. Ele decidiu direcionar a sua Alfa-Omega, antes focada na publicação de teses acadêmicas de ciências políticas e sociologia, para o campo do livro-reportagem, até então pouco explorado. Mas não se preocupou apenas em publicar obras de uma geração de jornalistas marcada pela força da grande reportagem na imprensa escrita. As obras produzidas pela Alfa-Omega a partir de meados daquela década ajudavam a divulgar temas que não podiam ser abordados diretamente pelos jornais devido à censura, que era um pouco menor sobre os livros, conforme comenta o editor (informação verbal)<sup>186</sup>: “O governo militar sem dúvida olhava menos para o livro e mais para o jornal. Por causa da reverberação. O público que o jornal atingia era imenso e rápido. O livro não; contava com amigos do autor”.

Tendo feito parte de uma hierarquia rígida, como a da revista *Veja*, Laurentino Gomes (informação verbal)<sup>187</sup> pondera que sua relação com a figura do editor, agora de livros, é invertida em comparação à que vivia na redação. “Antes eu tinha que fazer o que determinava o meu editor, meu diretor de redação. O que ele orientava. ‘Reescreva esse texto’; eu ia lá e reescrevia. E geralmente ficava melhor do que eu tinha feito. Eu nunca tive nenhum problema.” Frisando que está tratando do seu caso pessoal, o autor informa que atualmente entrega o livro praticamente pronto para a editora, a Globo, e já o fazia desde o primeiro, com a editora Planeta. “Até senti uma certa dificuldade, porque eu percebi que, quando eu estava numa redação, o fato de que o meu texto ia passar por uma segunda, terceira, quarta leitura, por orientações, me fazia algumas vezes desleixado do meu trabalho.” Laurentino Gomes já vendeu mais de 2 milhões de exemplares de sua trilogia sobre os anos históricos *1808*, *1822* e *1899*.

<sup>184</sup> NOSSA, Leonencio. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. Brasília: apartamento do autor [05 e 08/05/2016]. 1 arquivo .mp3 (4h30min). Todas as referências entre aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>185</sup> BARCELLOS, Caco. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. São Paulo: apartamento do entrevistado [09/09/2016]. 1 arquivo .mp3 (2h07min). Todas as referências entre aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>186</sup> MANGARIELO, Fernando. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. São Paulo: residência do autor [15/09/2016]. 1 arquivo .mp3 (1h05min). Todas as referências entre aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>187</sup> GOMES, Laurentino. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. São Paulo: livreria Saraiva Shopping Eldorado [13/09/2016]. 1 arquivo .mp3 (2h14min). Todas as referências entre aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

Alguns jornalistas, como Daniela Arbex (informação verbal)<sup>188</sup>, que se dedica a reportagens especiais no jornal *Tribuna de Minas*, creem que conseguiram conquistar uma relação de maior liberdade de produção dentro da própria redação. “Eu sempre trabalhei muito sozinha, pouquíssimas vezes em equipe. E sempre, porque quem não se pauta é pautada, e eu odeio ser pautada. Não me pauta não, que eu fico enlouquecida!” No seu trabalho com a Geração Editorial, nos dois primeiros livros, *Holocausto brasileiro*, sobre o genocídio em um hospício e *Cova 312*, a respeito de um guerrilheiro morto pelo governo militar, ela confessou que até ficou preocupada com o fato de o editor não ter mexido “em nenhuma linha” do que havia escrito, já que tinha notícias de processos em outras editoras que resultavam em mais de 200 sugestões.

O *publisher* e editor Otávio Costa (informação verbal)<sup>189</sup> vê a experiência prévia na imprensa de um jornalista como uma das condições essenciais para adentrar no campo do livro-reportagem. “Nem é bom começar direto no livro-reportagem. Entendo um livro-reportagem como a culminância, digamos, de um trabalho no jornalismo. Acho que requer, de fato, uma vasta experiência, porque escrever narrativa longa não é tão simples.” Otávio Costa frisa que o jornalista precisaria ter “uns 10 anos, no mínimo, de bagagem” para encarar um projeto dessa dimensão.

## 1.2 “RELAÇÃO DE CONFIANÇA MÚTUA”

Do alto de sua vasta experiência nas mais importantes redações do país, em épocas diversas, e comparando com a sua situação de escritor, inclusive do clássico *1968-o ano que não terminou*, Zuenir Ventura (informação verbal)<sup>190</sup> pondera que editor de editora é diferente do de jornal, pois confere mais “liberdade” ao escritor e respeita a “autonomia autoral”. Zuenir acrescenta que é preciso que haja uma troca recíproca e constante entre editores e jornalistas ao longo do processo de produção de um livro. “Alguns editores são ex-jornalistas e têm o cuidado de estabelecer um diálogo, de mostrar que: ‘Olha, está faltando isso, está faltando aquilo, vai ser melhor fazer isso...’” Os adjetivos “saudável”, “amistoso” e “respeitoso”, também foram invocados por Lira Neto (informação verbal)<sup>191</sup> ao mencionar o trato dos editores com os seus jornalistas escritores, por ele definido como uma “relação absolutamente de confiança mútua”.

Entre os pioneiros do mercado editorial brasileiro, Fernando Morais (informação verbal)<sup>192</sup> diz que acaba ficando amigo dos editores com quem trabalha e salienta que as cobranças são bem menores em uma editora do que em uma redação. “Em geral, quando o texto chega para o editor, ele já está sabendo. Porque eles vão perguntando: ‘E aí, como é que está?’ Eu às vezes mando um cabritinho para a onça não comer meus bois.”

Às vezes as sugestões de um editor – no caso, Luiz Schwarcz – envolvem um debate profundo sobre a própria estrutura de um livro. Quando estava na fase de proposta de *Ela é carioca*, Ruy Castro (informação verbal)<sup>193</sup> teve que argumentar com Luiz sobre o formato mais viável de verbetes explicativos para dar conta dos personagens de Ipanema que pretendia relembrar. Pensando na forma de *Chega de saudade*, sobre a Bossa Nova, primeiro sucesso de Ruy pela Companhia das Letras, Schwarcz argumentava que a história deveria ser contínua. O escritor insistiu na viabilidade da fragmentação da narrativa, pois, como estava lidando com um arco de tempo bastante dilatado, poderia acontecer, em um texto corrido, que um personagem “aparecesse nos anos 1930 e depois só fosse retomado 250 páginas depois”, confundindo o leitor. O editor, que é o proprietário da editora, inclusive, se convenceu. E o livro vendeu 45 mil exemplares.

Respeito pelo texto do escritor jornalista é um dos pontos altos frisados por Adriana Carranca (informação verbal)<sup>194</sup> em sua relação com os editores. “O jornal é aquela coisa ali: você entrega a matéria, o editor vai lá, muda, edita. E não te pergunta nada. A editora não muda uma vírgula se você não deixar.” O longo tempo de preparação da obra, envolvendo várias etapas, na opinião de Adriana Carranca, é benéfica para a qualidade do produto final. “Esse livro da *Malala [a menina que queria ir para a escola]*, cada palavra foi pensada, discutida. Eu amei essa relação, pra te falar a verdade.”

Para Rubens Valente (informação verbal)<sup>195</sup>, o papel do editor no livro “é muito mais de organização dos capítulos, pensar onde entra cada coisa”. Refletir em conjunto, justamente, como apresentar os personagens e os fatos, onde e quando.

<sup>188</sup> ARBEX, Daniela. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. Juiz de Fora, Minas Gerais: redação jornal *Tribuna de Minas* [08/08/2016]. 1 arquivo .mp3 (2h31min). Todas as referências entre aspas a esta entrevistada neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>189</sup> COSTA, Otávio [18/09/2016]. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. São Paulo: sede da editora Companhia das Letras [18/09/2016]. 1 arquivo .mp3 (1h). Todas as referências em aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>190</sup> VENTURA, Zuenir. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. Rio de Janeiro: apartamento do entrevistado [17/08/2016]. 1 arquivo .mp3 (1h56min). Todas as referências entre aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>191</sup> NETO, Lira. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. São Paulo: apartamento do entrevistado [17/09/2016]. 1 arquivo .mp3 (1h52min). Todas as referências entre aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>192</sup> MORAIS, Fernando. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. São Paulo: apartamento do entrevistado [17/09/2016]. 1 arquivo .mp3 (1h49min). Todas as referências entre aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>193</sup> CASTRO, Ruy. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. Rio de Janeiro: apartamento do entrevistado [22/08/2016]. 1 arquivo .mp3 (1h15min). Todas as referências entre aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>194</sup> CARRANCA, Adriana. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. São Paulo: café Starbucks [12/09/2016]. 1 arquivo .mp3 (1h30min). Todas as referências entre aspas a esta entrevistada neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

<sup>195</sup> VALENTE, Rubens [07/05/2016]. Entrevistador: Alexandre Zarate Maciel. Brasília: café. 1 arquivo .mp3 (3h). Todas as referências em aspas a este entrevistado neste artigo são informações verbais retiradas da mesma gravação.

No seu livro sobre os indígenas e a ditadura militar, *Os fuzis e as flechas* (Companhia das Letras), teve que lidar com a difícil logística de organizar em uma narrativa coerente e atraente o resultado de uma ampla pesquisa documental e oral. “Às vezes um bate papo com o editor esclarece. O jornal está mais preocupado com os dados, o valor, o nome, o impacto, saber se tem prova para o que estamos dizendo. Saber se dá para dizer isso, dá para dizer aquilo. Mais imediato e próprio da sua natureza.”

### 1.3 “LIVRO-REPORTAGEM DESPERTA INTERESSE PELO REAL, PELO CONCRETO”

Para além do lucro que pode trazer para as editoras e os novos rumos profissionais que acena aos jornalistas, o livro-reportagem também apresenta, na opinião dos entrevistados, características como perenidade, contextualização, aprofundamento histórico e documentação de uma época que não são facilmente definíveis quando se trata da imprensa diária.

Fernando Mangarielo avalia que tanto nos anos 1970 quanto neste novo século o livro-reportagem continua mantendo características de “penetração rápida e ágil, pois tanto pode botar rapidamente o leitor dentro do ramo da ciência quando jogá-lo dentro de um problema nacional com repercussão internacional”. O editor considera como ameaçadores para o repórter o “chicote do emprego e do salário no capitalismo da imprensa” e, por isso, quando se vê inserido nas lógicas um tanto diferenciadas do livro, o jornalista pode exercitar mais seu compromisso social.

O *publisher* Otávio Costa reforça que a aposta das editoras em livros-reportagem com assuntos ou personagens biografados de interesse mais amplo tem boa aceitação do mercado. “E em momentos de crise também desperta interesse tanto pelo presente, como pela história. Acho que desperta um interesse pelo real, pelo que se passa, pelo concreto.” Na sua ótica, os livros-reportagem “ajudam as pessoas a tentar entender por que chegamos aqui” quando as crises políticas, econômicas e sociais embaçam o sentido de nação. “Momentos de crise geram boas histórias, além de interesse do público por essas histórias.” Após ter passado por sucessivas crises econômicas, o editor Fernando Mangarielo concorda com essa interpretação. “A sociedade não se desenvolveu plenamente. E a reportagem chega ao senso crítico. Tateia, aguça o interesse. E podem resultar algumas reverberações.” O editor Otávio Costa lembra que “a nossa grande vocação e preocupação, como editora, é fazer livros que resistam ao tempo. Ainda que o contexto retratado em dez anos não seja mais o mesmo, a ideia é que o livro, por si, se sustente e permaneça uma leitura interessante, embora, entre aspas, desatualizada.”

Todas essas reflexões sobre os múltiplos aspectos do universo editorial indicam que, ao decidir escrever um livro-reportagem, principalmente nos moldes atuais, de contratos específicos com as editoras, o jornalista percebe, desde o princípio, que está pisando em um território diferente de uma redação jornalística: tempo de produção estendido, possibilidades maiores de negociação sobre o tema central e suas angulações, a vantagem das várias páginas e a relação mais amistosa e paciente com os editores e revisores, além da própria perenidade aparente do objeto livro. Ao passo que precisa, também, atentar ao fato de não estar praticando o jornalismo enquanto um profissional inserido em uma instituição, mas sim como um escritor que tem a sua assinatura pessoal projetada em destaque.

Por outro lado, os editores e proprietários de editoras, não só os entrevistados, mas outros tantos que dão seus depoimentos regularmente para órgãos de imprensa a respeito do mercado de livros de não ficção, parecem estar com olhos atentos para a produção de livros-reportagem. Não somente pelo aspecto óbvio da viabilidade comercial, que já se comprovou lucrativa em alguns períodos históricos, mas pelo valor agregado e simbólico de ser responsável, como uma casa editorial, por avaliar, em termos de publicação e distribuição, um trabalho jornalístico de fôlego, apurado com esmero e que tem pretensões de contribuir para a reflexão mais contextualizada e crítica das problemáticas nacionais.

## REFERÊNCIAS

- Arbex, D. (2013). **Holocausto brasileiro**. São Paulo: Geração Editorial.
- \_\_\_\_\_. (2015). **Cova 312**. São Paulo: Geração Editorial.
- Barcelos, C. (1992). **Rota 66: a história da polícia que mata**. São Paulo: Record.
- Catalão Jr., A. H. (2010). **Jornalismo best-seller: o livro-reportagem no Brasil contemporâneo**. 252 f. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras. Araraquara, São Paulo.
- Carranca, A. (2015) **Malala: a menina que queria ir para a escola**. São Paulo: Companhia das Letrinhas.
- Castro, R. (1990). **Chega de saudade: a história e as histórias da Bossa Nova**. São Paulo: Companhia das Letras.
- \_\_\_\_\_. (1999). **Ela é carioca**. São Paulo: Companhia das Letras.
- Duarte, J. Entrevista em profundidade. In: Duarte, J.; Barros, A. (2005). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas.
- Gomes, L. (2007). **1808**. São Paulo: Planeta.
- \_\_\_\_\_. (2010). **1822**. São Paulo: Nova Fronteira.
- \_\_\_\_\_. (2013). **1899**. São Paulo: Globo Livros.
- Lima, E. P. (2009). **Páginas ampliadas: livro-reportagem como extensão do jornalismo**. São Paulo: Manole.
- Morais, F. (1993). **Olga: a vida de Olga Benário Prestes, judia comunista entregue a Hitler pelo governo Vargas**. São Paulo: Companhia das Letras.
- \_\_\_\_\_. (1994). **Chatô: o rei do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras.
- \_\_\_\_\_. (1978). **A ilha: um repórter brasileiro no país de Fidel Castro**. São Paulo: Alfa-Omega.
- Nossa, L. (2012). **Mata! – o major Curió e as guerrilhas no Araguaia**. São Paulo: Companhia das Letras.
- \_\_\_\_\_. (2007). **Homens Invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras.
- \_\_\_\_\_. (2010). **O rio: uma viagem pela alma do Amazonas**. São Paulo: Companhia das Letras.
- Valente, R. (2017) **Os fuzis e as flechas**. São Paulo: Companhia das Letras.
- Ventura, Z. (2013). **1968: o ano que não terminou**. Rio de Janeiro: editora Objetiva.



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# Fases e Desenvolvimento do Telejornalismo Brasileiro

## Phases and Development of Brazilian Television News

Edna De Mello Silva <sup>196</sup>

**RESUMEN:** O artigo apresenta a proposta de categorização de fases do telejornalismo brasileiro, identificando as características históricas de desenvolvimento técnico e de linguagem de cada época, bem como a influência desses elementos nos formatos da informação veiculada. Discorre também sobre as principais correntes teóricas que permitem um olhar científico sobre as práticas do jornalismo de televisão. Os resultados da pesquisa apontam que o jornalismo telejornalismo possui bases sólidas de conhecimento e informação capazes de sedimentar suas bases epistemológicas.

**PALABRAS CLAVE:** telejornalismo; história do telejornalismo brasileiro; fases do telejornalismo brasileiro

**ABSTRACT:** The article presents the proposal of categorization of phases of Brazilian Television News, identifying the historical characteristics of technical development and language of each period, as well as the influence of these elements in the formats of the information. It also discusses the main theoretical currents that allow a scientific look at the practices of TV News. The results of the research indicate that journalism has a solid foundation of knowledge and information capable of establishing its epistemological bases.

**KEY WORDS:** Brazilian TV News history; phases of Brazilian TV News

### 1 – TEMA CENTRAL E OBJETIVOS

Na busca por compreender as bases epistemológicas do jornalismo televisivo, esse artigo apresenta um repertório teórico que incita a discussão do fazer jornalístico e da especificidade da mídia televisiva como proposta de fundamentação para uma teoria do telejornalismo, além de trazer uma proposta de categorização de cinco fases do telejornalismo, identificando as características históricas de desenvolvimento técnico e de linguagem de cada época, bem como a influência desses elementos nos formatos da informação veiculada. A pesquisa é qualitativa com abordagem descritiva e utilizou para a composição do *corpus* os telejornais da extinta TV Tupi de São Paulo catalogados pela Cinemateca Brasileira, os telejornais brasileiros disponibilizados por usuários do *Youtube*, os conteúdos postados pelos perfis dos telejornais brasileiros nas redes sociais e as edições do jornal impresso “Diário de S. Paulo” de setembro 1950 e de setembro de 1975. Os pressupostos metodológicos da Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) foram utilizados como técnica de pesquisa.

### 2 - CAMINHOS TEÓRICOS

A perspectiva dos estudos de *newsmaking*, sistematizados por Wolf (2002) e Traquina (2004), que consideram que as rotinas produtivas dos jornais interferem no processo de produção da notícia, na medida em que os jornalistas selecionam alguns fatos para serem noticiados em detrimento de outros e os reorganiza numa lógica interna ao produto jornalístico podem contribuir para a lógica da produção da notícia em televisão.

A socióloga Gaye Tuchman (1978, citada por Wolf, 2002; Traquina, 2004; Vizeu Pereira Júnior, 2001) com a utilização de técnica de observação participante estudou as rotinas de trabalho de jornalistas de uma emissora de televisão (em Seaboard City) e entrevistou um grupo de jornalistas conceituados sobre os critérios que os levavam a determinar quais seriam as notícias a serem divulgadas nos produtos jornalísticos. A pesquisa revelou alguns pontos relevantes sobre a prática jornalística: os meios de comunicação constroem uma agenda e selecionam quais os acontecimentos que irão determinar a discussão pública (efeito agenda setting), segundo um conjunto de critérios, operações e instrumentos envolvidos numa rotina produtiva. Além disso, ao reorganizar os acontecimentos numa ordem hierarquizada de fatos a serem noticiados, segundo o que se convencionou chamar de critérios de noticiabilidade, o trabalho jornalístico tem uma lógica sistematizada, que irá resultar no produto que leitor/telespectador receberá em sua casa. Os estudos sobre a produção de notícias apontam principalmente sobre o fato de que as escolhas dos profissionais envolvidos no processo de produção de formatos jornalísticos são em parte definidas pela cultura profissional - que pode estar presente em manuais de redação ou circular como experiência profissional no ambiente de trabalho (faro jornalístico, o *feeling*, etc) - e em parte pelas restrições da própria organização do trabalho como espaço dentro do noticiário, tempo da notícia, horário de veiculação do programa etc.

<sup>196</sup> Edna de Mello Silva (Edna Mello). UNIFESP (Universidade Federal de São Paulo). Doutora em Ciências da Comunicação (ECA-USP). E-mail: prof.ednamello@gmail.com.

Em outras palavras, as notícias são definidas segundo um conjunto de relevância que foi de certa forma pré-estabelecido pelas convenções profissionais da área e pelo processo produtivo de cada meio.

Para Vizeu (Pereira Júnior, 2001), a noticiabilidade está diretamente relacionada com os processos de rotinização e estandarização das práticas produtivas. Diz ele: “O conjunto de fatores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos, por exemplo, os limites rígidos de duração dos telejornais, asseguram a cobertura jornalística diariamente, mas torna difícil o aprofundamento de muitos assuntos.” (VIZEU, 2001, p. 37).

Já Wolf (2002) destaca que são as diferentes relações e combinações entre os valores -notícia que irão definir a seleção de um fato/acontecimento. Para o autor, valores-notícia “são critérios de seleção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até à redação(...) regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redatoriais.” Wolf (2002) defende ainda que a disponibilidade do material e as características específicas do produto jornalístico podem influenciar muito na escolha do fato a ser noticiado, especialmente no jornalismo televisivo. Segundo o autor (citando Gans, 1979), a avaliação de noticiabilidade de um acontecimento refere-se também ao conteúdo visual, às imagens do fato a ser noticiado, já que a televisão trabalha com o suporte audiovisual. Desta forma, imagens que tenham impacto e que sejam significativas para ilustrar os aspectos do acontecimento ganham relevância na composição do conteúdo do telejornal. Em contrapartida, a ausência de imagens sobre determinado fato pode também ser um dos elementos definidores do espaço que a notícia terá no noticiário.

O pesquisador Miquel Rodrigo Alsina (2009, p. 178) ao discutir a construção da notícia faz referência às tipificações que Tuchman (1983) propõe para as notícias, classificando-as em leves, duras, de última hora, em desenvolvimento e de sequência. As notícias com necessidade de divulgação mais urgente seriam as duras, de última hora e em desenvolvimento, enquanto que as leves não teriam urgência e seriam de acontecimentos não programados. O autor defende que acima das diferenças ideológicas existentes nos jornais, algumas normais gerais de produção são assumidas pelos informativos. Segundo ele: “a determinação do acontecimento, as fontes, o trabalho jornalístico em si são elementos de um processo de produção institucionalizado. A mudança radical de alguns desses elementos traria como consequência a alteração do tipo de imprensa” (ALSINA, 2009, p. 178).

Teun Van Dijk (1996) propõe que o discurso jornalístico não deve ser analisado somente através de suas estruturas, mas também pelos processos de produção e dos planos estruturais que subjazem ao texto jornalístico. Para o autor, a produção de notícias pressupõe as atividades e as interações próprias do jornalismo, tanto entre os jornalistas quanto os outros membros da sociedade. Como grande parte do material fonte a que o jornalista tem acesso chega à redação em formato de texto: declarações à imprensa, comunicados, documentos policiais, notícias publicadas em impressos, etc., os acontecimentos já estão codificados discursivamente, causando interferência na produção do discurso jornalístico.

Em relação aos gêneros e formatos da notícia em televisão, diversos autores (Barbeiro, Lima, 2002; Bistane e Bacellar, 2005; Curado, 2002; Cruz Neto, 2008; Gontijo Teodoro, 1980; Maciel, 1995; Cunha, 1990; Yorke, 1998, 2006; Prado, 1996; Paternostro, 1999) oferecem sua contribuição para a percepção das características principais das informações jornalísticas em TV. Rezende (2000) empresta de Marques de Melo a conceituação de gêneros jornalísticos para o campo do jornalismo impresso e defende que as categorias: jornalismo informativo e jornalismo opinativo são as que mais se destacam nos telejornais. Para o autor, no telejornalismo, as notícias assumem diversos formatos que, isoladas ou em conjunto, constituem-se em gêneros jornalísticos na televisão. Dessa forma, o gênero informativo apresenta cinco formatos: - Nota: relato mais sintético e objetivo da notícia. Pode ser apresentada de duas formas: a *nota simples* (também conhecida como nota seca ou nota pelada), quando o apresentador em quadro lê a notícia ao vivo e não há imagens do acontecimento e a *nota coberta*, quando o apresentador narra o acontecimento (*off*) e aparecem em quadro as imagens do fato. - Notícia: relato mais completo do que a nota porque combina a presença do apresentador em quadro acrescida de narração em *off* coberta por imagens. - Reportagem: relato mais completo da notícia, caracterizado pela presença do repórter no local do acontecimento e da entrevista com os envolvidos. É composta por cinco partes: *cabeça* - abertura da notícia, lida pelo apresentador; *off*-narração do repórter apresentando os acontecimentos; *sonoras* - entrevistas com os envolvidos; *passagem* - repórter em quadro apresenta dados complementares e *nota pé* - apresentador em quadro, ao vivo, atualiza ou complementa as informações da reportagem. - Entrevista: Apresentador dialoga com convidado, em estúdio, geralmente no sistema pergunta-resposta, com o objetivo de extrair informações de interesse público relevante. - Indicador: Matérias que se baseiam em dados objetivos, estatísticos e de pesquisa que apresentam informações de interesse para o telespectador, como as previsões meteorológicas, trânsito, números do mercado financeiro, etc.

Por sua vez, o gênero opinativo estaria presente no telejornal nos formatos: - Editorial: Apresentador lê, em quadro, um comunicado ou carta que expressa a opinião da emissora, da equipe do telejornal, etc. - Comentário: Jornalista especializado faz uma análise, uma interpretação de uma notícia. Mais frequente: comentarista econômico, comentarista político; comentarista esportivo, comentarista policial. - Crônica: Artista/Autor apresenta sua visão pessoal sobre um relato de um acontecimento do cotidiano, podendo fazer uso de textos literários, músicas e imagens. É possível perceber que os telejornais apresentam formatos de notícia mais rígidos que, apesar das inovações tecnológicas serem incorporadas, são mantidos de forma estrutural. No entanto, pode-se constatar em vários momentos a utilização de recursos audiovisuais como

animações, charges, quadrinhos e infográficos para dar sustentação às notícias. Apesar de não estarem classificadas como formatos ou gêneros essas ferramentas são cada vez mais incorporadas ao relato discursivo dos telejornais.

A análise da convergência midiática tem a contribuição do norte-americano Henry Jenkins (2009), que considera que a convergência está relacionada à ideia de que o fluxo de conteúdo e é perpassada através de várias plataformas da mídia, havendo sempre uma cooperação entre elas.

A ascensão da internet como veículo de comunicação no início da primeira década dos anos 2000 fez com que as redações jornalísticas sofressem transformações nos modos de produção e veiculação da notícia, caracterizadas principalmente pela interação entre os meios. Esta conjuntura é consequência do que Ramón Salaverría (2003) chama de convergência jornalística. O autor aponta quatro dimensões da convergência no jornalismo: empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa. Destaca também a figura do jornalista multimídia e o jornalista multiplataforma. No primeiro caso, o profissional da redação assume múltiplas atividades, como produção, redação, fotografia, edição, etc. Já o multiplataforma é quem produz diferentes conteúdos de uma mesma pauta para meios distintos, ajustando-os para as características de cada um.

As quatro dimensões ajudam a compreender a convergência jornalística numa conjuntura muito mais ampla, que não se limita apenas à integração das redações, mas sim um fenômeno que atinge toda conjuntura das mídias. É o caso da televisão, que, em seu estado atual de transformação, se baseia principalmente na informatização da produção. Este estado é conceituado pelo professor e pesquisador argentino, radicado na Espanha, Carlos Alberto Scolari, de hipertelevisão.

A hipertelevisão está inserida na convergência das mídias, caracterizada, sobretudo, por uma nova textualidade televisiva. A hipertelevisão, portanto, é consequente da multitela: ao mesmo tempo que o telespectador está vendo TV, ele também consome um conteúdo convergente no celular, computador ou *tablet*; e da interação: o público ganha mais espaço do que nunca. Assim, o autor conclui que a hipertelevisão veio para se apropriar dos novos meios interativos para sobreviver, “modificando sua retórica para atingir novas audiências, formadas principalmente por experiências hipertextuais e interativas” (SCOLARI, 2014, p.158, tradução nossa).

A seguir apresentamos as fases do telejornalismo brasileiro a partir de seus elementos históricos.

### 3 - PRIMEIRA FASE: O TELEJORNALISMO FALADO, HERANÇA DO MODELO RADIOFÔNICO

A chegada da televisão no Brasil, em 1950, foi uma iniciativa do capital privado. Assis Chateaubriand, empresário da área da comunicação, dono dos Diários Associados, iniciou seu grupo midiático em 1924, com a compra do impresso O Jornal, no Rio de Janeiro, mais tarde incorporou outros jornais e emissoras de rádio, vindo a lançar a Revista O Cruzeiro, ainda em 1928.

A cidade de São Paulo foi escolhida para ser a sede da primeira emissora brasileira de televisão. Os equipamentos foram adquiridos da RCA Victor, empresa americana associada ao canal NBC. A 18 de setembro de 1950, os espectadores de alguns aparelhos de televisão espalhados nos arredores do centro da cidade e na porta do estúdio situado à Rua 7 de abril puderam assistir, pela primeira vez, a transmissão dos sinais da televisão, numa programação que misturou a bênção do canal, shows humorísticos e musicais.

O evento foi plenamente registrado pelos jornais dos Diários, em especial pelo jornal Diário de S. Paulo, que divulgou detalhes da festa de inauguração que culminou com um jantar para os convidados, escolhidos entre os grandes empresários e membros da elite paulista. Os interesses empresariais de Chateaubriand podem ser exemplificados com a escolha da madrinha da PRF-3 TV Tupi de São Paulo Dufosora, a poetisa Rosalina Coelho Lisboa Larragoiti. Com publicações em jornais diários e revistas desde 1914, Rosalina foi casada no segundo casamento com o norte-americano James Miller, então vice-presidente e gerente geral da United Press na América do Sul e mais tarde, em seu terceiro casamento, com o empresário Antonio Larragoiti, diretor da companhia de seguros Sul América, uma das empresas patrocinadoras da TV de Chateaubriand (CPDOC/FGV)<sup>197</sup>.

No dia seguinte à inauguração da televisão, iniciava-se o primeiro telejornal brasileiro: o *Imagens do Dia*. O programa tinha notícias locais lidas pelo locutor Ruy Rezende, que era também produtor e redator do jornal. As imagens eram produzidas em filme preto e branco pelos cinegrafistas Jorge Kurkjian, Paulo Salomão e Alfonso Zibas. (REZENDE, 2000, p. 105). A estrutura de cenário era básica: tapadeira ao fundo, mesa como bancada e microfone.

O apresentador, à época chamado de locutor de notícias, sentado em uma cadeira, tendo uma bancada à sua frente, trajava-se com terno e gravata, lia as notícias ao vivo e aparecia em quadro no televisor (ALVES, 2008; LORÊDO, 2000). Os tipos de enquadramentos valorizados entre as décadas de 50 até meados dos anos 60 para os apresentadores foram o primeiro plano e o close. Neste telejornal, em que o apuro técnico não supria todas as exigências com boas imagens dos

<sup>197</sup> Biografia de Rosalina Coelho Lisboa Larragoiti. Acesso em: < <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/rosalina-coelho-lisboa-larragoiti> >. Acesso em 10 nov. 2017.

acontecimentos, o apresentador ocupava um lugar de destaque no noticiário. Resguardadas as devidas proporções e limitações técnicas é algo bem parecido do que podemos encontrar ainda hoje em muitos telejornais.

Esse modelo de telejornal era utilizado também nos EUA, inclusive pelo canal NBC (ligado à RCA Victor), entre os anos 50 e 60. Em vista disso, podemos inferir a grande influência que o modelo comercial da tv norte-americana exerceu sobre a televisão brasileira. Como exemplo, podemos citar o NBC News Room (fig. 2), um telejornal que ia ao ar diariamente, à noite, com uma estética similar ao dos telejornais Imagens do Dia e do Repórter Esso (Fig. 3).



Fig. 2 – Telejornal NBC News Room (imagem de tela)  
Fonte: YouTube



Fig. 3- Telejornal Repórter Esso (imagem de tela)  
Fonte: YouTube

#### 4 - SEGUNDA FASE: TELEJORNALISMO COM EXTERNAS, A REPORTAGEM SAI ÀS RUAS

A chegada do videoteipe no Brasil foi no final dos anos 50. Em termos gerais, esse gravador de imagens com fitas magnéticas permitiu que os programas de televisão passassem a ser gravados, substituindo aos poucos a programação ao vivo. O sistema possibilitava que após serem gravadas, as imagens pudessem ser assistidas e editadas, evitando os erros de improvisação do modelo pioneiro de TV. Essa evolução atingiu em cheio os programas de entretenimento, possibilitando a reprise e a exibição dos espetáculos em outras praças.

O telejornalismo, esportes e programas de auditório continuaram a ser exibidos ao vivo, devido a especificidade de seus conteúdos. Além disso, os primeiros equipamentos eram muito pesados e de difícil locomoção, dificultando o uso em exertenas. Apesar da tecnologia estar em uso no país, o sistema tradicional de registro em película (filme) permaneceu na televisão brasileira até meados dos anos 80.

É importante ressaltar que a partir de 1964, com a implantação do governo militar no país, o jornalismo foi intensamente cerceado. Muitas emissoras de televisão deixaram de existir e tiveram seus programas censurados. No telejornalismo não foi diferente. As emissoras mais afeitas ao regime foram favorecidas com a expansão de seus negócios. Já os profissionais considerados contrários ao regime tiveram dificuldade de exercer suas atividades profissionais. Essa situação se refletiu também nos conteúdos veiculados nos noticiários, evitava-se temas considerados polêmicos a fim de driblar a censura.

Um destaque de novo formato para o telejornalismo nos anos 60 foi o Jornal de Vanguarda. Idealizado por Fernando Barbosa Lima, o noticiário trouxe inovações como a presença de vários apresentadores, a linguagem informal e os comentários irônicos sobre a situação do país. O programa rompeu com o modelo radiofônico da primeira fase do telejornalismo e pela primeira vez trouxe jornalistas, muitos oriundos do jornal impresso, para criar um novo modelo de jornalismo televisivo. O telejornal que nasceu na TV Excelsior passou por várias emissoras até chegar à TV Rio, no auge do AI-5, quando foi encerrado. Lima (1998) afirmou que a decisão de tirar do ar o telejornal foi da própria equipe: “Quando veio o AI-5 resolvemos tirar o Jornal de Vanguarda do ar porque nós sabíamos que a cada dia a censura faria com que fizessemos um jornal pior”.

Quanto à inovação técnica, no telejornalismo as mudanças começaram a ocorrer mais tarde, com a chegada das câmeras portáteis do sistema U-Matic, no início da década de 70. Esse sistema utilizava fitas mais estreitas, acondicionadas em estojos. Para captar as imagens eram necessários a câmera e o VT que funcionavam ligados por cabos. A integração desses aparelhos juntos era chamado de ENG (Eletronic News Gathering) ou UPJ (Unidade Portátil de Jornalismo).

A gravação de externas em fitas magnéticas tornou o sistema de edição mais rápido e dinâmico. Por outro lado, a capacidade de mobilidade da equipe de gravação externa aumentou consideravelmente, tornando possível o registro de acontecimentos em diversas partes do mundo. Nessa fase do telejornalismo, a reportagem televisiva se amplia e passa a incorporar mais informações em nível nacional, à medida em que ocorre também a expansão das emissoras pelo interior do país. A criação do primeiro telejornal em rede, o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão é um exemplo desse período.

O desenvolvimento do noticiário regional é outro marco da fase de telejornalismo com externas. Um destaque desta época, o Telejornal Bom Dia São Paulo foi lançado em 19 de abril de 1977. Foi o primeiro noticiário matutino da Rede Globo

de Televisão. Entrava no ar às 7 horas da manhã com notícias da cidade, como trânsito, temperatura e assuntos de interesse local ligados às instâncias municipais e estaduais. Os enquadramentos dos apresentadores eram alternados entre os plano médio próximo e planos fechados como o close. O programa tinha também entradas ao vivo (fig. 4), entrevistas ao vivo e reportagens (fig. 5), oferecendo maior cobertura dos temas da cidade. O Telejornal Bom Dia São Paulo completou este ano 40 anos de exibição, sendo veiculado das 6h às 7h30 da manhã.



Fig. 4 – Entrada ao vivo (trânsito) BDSP – 19/04/1977



Fig. 5 – Reportagem – BDSP – 19/04/1977

## 5) TERCEIRA FASE: TELEJORNALISMO ALL NEWS

O avanço tecnológico possibilitou a chegada no Brasil da televisão por assinatura no final dos anos 80 e início dos anos 90. O modelo de televisão a cabo já existia desde os anos 70 no continente norte-americano. Inicialmente, o serviço de cabeamento facilitava a chegada do sinal de televisão em regiões em que as antenas tradicionais teriam dificuldade de transmitir imagens com qualidade. Com o aperfeiçoamento técnico da transmissão via satélite foi possível também transmitir programações de outras localidades, inclusive de outros países.

No Brasil, houve grande pressão política por parte das grandes redes de televisão aberta e das empresas da área de equipamentos para que não houvesse essa modalidade de transmissão televisiva. Somente em 1989 iniciou-se serviço do Canal Plus, que mais tarde foi comprado pelo Grupo Abril, criando a TVA – TV Abril. Num primeiro momento, o serviço de tv paga atingiu somente os bairros de maior poder aquisitivo no eixo Rio-São Paulo devido ao custo de cabeamento. Aos poucos o serviço foi ampliado para outras regiões do país.

A chegada da TV paga abalou a audiência da televisão aberta. O público começou a dividir sua atenção com uma programação diversificada e com canais especializados. Em 1991, surge a Globosat, programadora e operadora das Organizações Globo, que é responsável pelo primeiro canal de telejornalismo no Brasil, o GloboNews. Inaugurado em 15 de outubro de 1996, o canal GloboNews (fig. 6) trouxe a proposta inovadora de trazer um novo telejornal a cada meia hora. Em termos gerais, além da equipe própria de repórteres, o canal contava com o apoio da produção dos telejornais da Rede Globo de Televisão e das emissoras afiliadas, reprisando algumas vezes as reportagens já exibidas em outros noticiários.

Logo outras redes de televisão passam a criar seus canais de notícias. A Rede Bandeirantes com a TV Band News (criada em março de 2001), a Rede Record com a Record News (criada em setembro 2007) que faz transmissões também na TV aberta. Os canais de telejornalismo deram ao espectador a possibilidade de acompanhar mais de perto as notícias do dia, não ficando preso exclusivamente aos horários da grade de programação. Com os serviços via satélite, esses canais também inovam com as transmissões ao vivo dos acontecimentos locais e internacionais, investindo na instantaneidade da notícia. Além das grandes reportagens, trazem também programas especializados em formatos jornalísticos de entrevistas e debates.

Em relação aos formatos da notícia, os programas fazem uso dos boletins ao vivo (stand up) com a presença de repórter no local do acontecimento e de reportagens. É comum também a presença de jornalistas especializados em temas como economia, artes, cotidiano e correspondentes internacionais. Nos telejornais, a tradição da bancada foi mantida e o papel do apresentador ganhou relevância devido à especificidade do programa de notícias (fig. 7).



Fig. 6 – Trecho de 1ª. vinheta GloboNews



Fig. 7 – Apresentador na bancada GloboNews

## 6) TELEJORNALISMO CONVERGENTE: O SURGIMENTO DE NOVAS TELAS

As tecnologias digitais trouxeram uma grande mudança para a rotina produtiva do jornalismo. Além de facilitar a circulação da informação, bem como o acesso e a conexão entre pessoas de todo planeta, a internet é um importante instrumento de pesquisa para o jornalismo.

Sem dúvida, uma das grandes mudanças nas rotinas produtivas do jornalismo televisivo foi trazida pela edição não linear. Todo o trabalho foi revisto: padrões de enquadramento, cor, iluminação, ângulos, captação de áudio, viveram a adaptação ao formato digital. A edição não linear também possibilitou que fossem agregadas informações visuais às notícias, de forma a oferecer mais clareza aos dados mais difíceis de serem entendidos por grande parte da população. Essa operação exigiu uma sintonia entre os vários profissionais envolvidos no processo: o editor de texto, o editor de imagem e o editor de arte.

A maioria dos telejornais da TV lançou seus novos cenários. Como elemento comum, os cenários dos telejornais registravam a presença de suas redações com os profissionais trabalhando em ambiente contíguo, como fundo de cena ou como parte do cenário, além da presença de várias telas distribuídas pelo espaço de apresentação do telejornal. Desde então, a idéia de manter a redação do telejornal como elemento integrante do palco de apresentação vem sendo atualizada e absorvida nas produções de jornalismo televisivo.

Nessa fase, os principais telejornais brasileiros passaram a disponibilizar seus conteúdos na Internet. Portais ligados às emissoras de televisão passaram a fornecer informações sobre a programação, detalhes dos bastidores de programas, entrevistas exclusivas com seus artistas e versões integrais ou em partes, das reportagens apresentadas nos telejornais.

Os telejornais passaram a absorver de forma mais frequente as imagens gravadas por telespectadores, geralmente flagrantes que registram acontecimentos de repercussão e interesse do público, ou em virtude do número de pessoas atingidas pelo fenômeno ou pelo caráter de excepcionalidade da ocorrência (fait divers). Essas imagens, muitas vezes captadas por câmeras de telefones celulares, demonstram que parte da população já está familiarizada com os recursos de gravação e edição de imagens, ou seja, têm domínio da linguagem audiovisual. Os telejornais incentivavam a participação dos telespectadores, solicitando o envio de imagens e gravações de acontecimentos através de seus sítios, que possuem um link próprio para este fim.

O diferencial da presença dos telejornais na Internet também trouxe ao telespectador a oportunidade de ter uma parcela de participação no telejornal. Por meio de chats, fóruns, enquetes e salas de bate-papo, os telespectadores eram incentivados a enviar perguntas, sugestões, emitir opiniões e estabelecer uma relação mais próxima com os produtores e convidados dos telejornais. Por sua vez, a equipe responsável pelo telejornal pôde conhecer mais de perto o seu público e perceber quais eram suas preferências, o que pode favorecer a busca pela qualidade e audiência do programa televisivo.

As formas de consumo do telejornalismo também foram alteradas. As possibilidades de fruição da notícia se ampliaram com os smartphones e tablets. Além de assistir às edições dos telejornais por telefones celulares com receptor de TV nos horários da emissão da TV aberta, os programas passaram a ser vistos também em horários escolhidos pelo espectador por meio dos portais dos telejornais ou simultaneamente pelo aparelho televisor e tablets, no fenômeno da segunda tela.

## 7) TELEJORNALISMO EXPANDIDO: O JORNALISMO TELEVISIVO NAS REDES SOCIAIS<sup>198</sup>

O telejornalismo expandido surge no contexto de apropriação dos veículos de televisão pelas redes sociais que tem o audiovisual como ferramenta (principal ou não). É caracterizado por Silva e Alves (2016) como uma das fases ou estágios do

<sup>198</sup> Com contribuição do pesquisador Yago Modesto Alves, Mestrando do PPGCOM (UFT).

telejornalismo demarcados a partir de mudanças ocorridas no jornalismo de televisão por conta do advento da internet e da cibercultura. Assim, o conteúdo, que antes se limitava apenas ao que era exibido na televisão, passa a ser expandido para novos formatos. “É o estágio em que nos encontramos hoje, vivenciado de forma diferenciada por emissoras e telejornais, mas que tem em comum a característica de contar com o repórter televisivo ou o apresentador do telejornal fora do seu ambiente nativo, a televisão” (SILVA, ALVES, 2016, p.5).

Por se tratar de telejornalismo, a expansão é mais evidente em mídias sociais e aplicativos que tem como base o formato audiovisual (*Snapchat*), ou apresenta ferramentas que permitem a produção e postagens de vídeos (Vídeos no *Facebook*, *Twitter* ou *Instagram*, *Facebook Live*, *Periscope* e *Instagram Stories*).

O Snapchat e o Instagram (com a funcionalidade Instagram Stories) são aplicativos que apoiados na publicação de mensagens instantâneas baseadas em imagens: fotos e vídeos, que se limitam à duração de 10 segundos. Em ambas mídias, as publicações ou histórias são agrupadas em uma fileira de pequenos círculos no aplicativo e são removidas do servidor depois de 24 horas, caso sejam compartilhadas para todos os seguidores nas “histórias”.

Foram identificadas três tipos apropriações possibilitadas pelo uso de veículos de televisão nessas mídias: o primeiro caso é a narrativa de Chamada, onde o jornalista entra em cena para convidar o público a acompanhar a cobertura jornalística de um fato ou programa que será exibido posteriormente na televisão. O segundo tipo de apropriação é a narrativa do tipo Nota/Comentário, em que o jornalista entra em cena e faz o comentário sobre um determinado fato ou traz pequenas informações sobre algum assunto em questão. Já o terceiro tipo de apropriação identificado pela pesquisa é o formato de narrativa de notícia, onde há efetivamente a cobertura jornalística de um fato. O repórter vai a campo reportar e utiliza-se das mídias sociais para realizar a cobertura.

Na Figura 8, a jornalista do Globo News grava da redação uma mensagem de 10 segundos que é publicada no perfil da emissora. No exemplo em questão, o público é convidado a acompanhar o programa *Em Pauta*. A imagem da direita é a captura de uma postagem em vídeo feito no mesmo dia, onde no formato de Narrativa em Nota/Comentário, o jornalista que está no Palácio do Planalto traz informações complementares sobre aquele fato (fig. 9).



Fig.8 – Chamada do “Em Pauta” (GloboNews) Fig. 9 – Comentário sobre o Planalto (GloboNews )

A Editoria de Esportes é uma das que mais utiliza as redes sociais para divulgação de seus conteúdos. A cobertura do Canal SporTV no Snapchat durante os Jogos Olímpicos Rio 2016 fez uso do formato de notícia através dos *snap*s (figs. 10, 11 e 12). Neste tipo de narrativa, é possível identificar a estrutura da notícia televisiva, com postagens que se assemelham a passagem, texto em off com imagens em fundo e essencialmente a entrevista com uma ou mais fontes.



Figs.10, 11, 12 – Notícias no Snapchat do SporTV

A partir de 8 de maio de 2017, os telejornais Bom Dia Brasil, SPTV 1ª. Edição e SPTV 2ª. Edição apresentaram inovações, desde a identidade visual até o conteúdo. O destaque foi a presença de uma tela interativa onde o apresentador pode dar visibilidade às postagens dos espectadores nas redes sociais. Além disso, os jornais passaram a enfatizar a estrutura multiplataforma dando mais espaço às coberturas do Portal G1 e às reportagens produzidas para o canal GloboNews.

Outra mudança importante refere-se às alterações nas marcas dos programas regionais que foram simplificadas fortalecendo o nome das praças, tornando-se SP 1 e SP 2. A ausência da sigla TV na marca sinaliza que a produção está focada no acesso do espectador em outras formas de consumo televisivo. Há registros também do uso de tablets e smartphones por parte dos apresentadores e repórteres durante a apresentação da notícia. O uso dessas tecnologias móveis demonstra a influência que a informação compartilhada via internet desempenha no noticiário de televisão.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As práticas jornalísticas em televisão têm se estruturado em torno do compromisso da informação com o apoio das tecnologias de cada época. Apesar disso, podemos perceber que em essência o telejornalismo ao longo dos anos vem construindo sua identidade em torno de sua legitimidade e dos laços criados com o público. Do Telejornalismo Falado ao Telejornalismo Expandido os acontecimentos construídos pelas narrativas jornalísticas produzem grande impacto em nossa sociedade, principalmente quando vinculadas às transmissões ao vivo, que exigem maior interpretação por parte dos espectadores em menor tempo de contato com a notícia. A discussão teórica da rotina produtiva do telejornal, da seleção de pautas, na escolha de fontes, na hierarquização das notícias e na performance do apresentador ou do repórter, tudo faz parte de uma construção discursiva.

Quando falamos da base epistemológica do telejornalismo, estamos nos referindo a uma disponibilidade de identificar as marcas que a produção jornalística construiu ao longo dos anos, sem deixar de lado as relações sociais, as diferenças na produção de conteúdos e nos formatos. Vale ressaltar que os estudos do jornalismo em televisão revelam que não é possível esgotar a compreensão do tema e que as atuais tendências se encontram em plena transição. O novo de hoje torna-se obsoleto em pouco tempo. Por esse motivo, as permanências, aquilo que permeia todas as épocas e foi historicamente construído, são capazes de revelar a essência e a singularidade dessa prática jornalística.

Não restam dúvidas de que os relatos jornalísticos são impulsionados pelos movimentos da sociedade e não apenas do desenvolvimento técnico de equipamentos. Se houve um momento em que as informações faladas, mesmo sem imagens, eram suficientes para levar conhecimento a grupos sociais em mídias audiovisuais como a televisão, neste momento, a produção de imagens cria novas formas de interação com o público e o telejornal, em especial, com o espaço das redes sociais. Os relatos do cotidiano no telejornalismo são um exercício de compromisso com a cidadania e com um público cada vez mais conectado e acostumado a ver televisão em múltiplas plataformas.



## REFERÊNCIAS/BIBLIOGRAFIA

- ABREU, K. C. K.; SILVA, R.S. História e Tecnologias da Televisão. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf>>. Acesso em 20 maio 2017.
- ACERVO Jornalístico TV Tupi de São Paulo. Disponível em: <<http://www.cinemateca.com.br>> Acesso em 13 nov 2017.
- ALVES, Vida. (2008). TV Tupi: uma linda história de amor. São Paulo: IMESP.
- ALSINA, Miquel. (2009). **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes.
- AVANCINI, Walter. (2001). A marca do diretor. In: SILVA JÚNIOR, Gonçalves. **País da TV: a história da televisão brasileira** por. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.
- BALAN, W. C. Um breve olhar pela evolução da TV no Brasil. Disponível em: [http://www.willians.pro.br/textos\\_publicados/Um\\_breve\\_olhar\\_pela\\_evolucao\\_da\\_TV\\_no\\_Brasil.pdf](http://www.willians.pro.br/textos_publicados/Um_breve_olhar_pela_evolucao_da_TV_no_Brasil.pdf). Acesso em 20 maio 2017.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. (2002). **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus.
- BARDIN, Laurence. (1977). **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70.
- BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de Tv**. São Paulo: Contexto,
- CARVALHO, Elizabeth. (1980). Telejornalismo: A década da tranquilidade. In: CARVALHO, E.; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves. **Anos 70: Televisão**. Europa Empresa Gráfica e Editora.
- CURADO, Olga. (2002). **A notícia na TV – o dia-a-dia de quem faz Telejornalismo**. São Paulo: Alegro.
- CRUZ NETO, João Elias da. (2008). **Reportagem de Televisão**. Rio de Janeiro: Vozes.
- CUNHA, Albertino Aor da. (1990). **Telejornalismo**. São Paulo: Atlas.
- JENKINS, Henry. (2009). **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph.
- JESPERS, Jean Jacques. (1998). **Jornalismo televisivo**. Coimbra: Minerva.
- KLÖCKNER, Luciano. (2008). **O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história**. Porto Alegre: AGE, EDIPUC.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (1999). São Paulo: Ed. 34.
- LIMA, Fernando Barbosa. Entrevista à Pro-TV (Museu da Televisão brasileira). São Paulo, dezembro, 1998. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=V3qTRvMnLng>>. Acesso em 12 nov 2017.
- LORÊDO, J. (2000). **Era uma vez... a televisão**. São Paulo: Allegro.
- MACIEL, Pedro. (1995). **Jornalismo de Televisão: normas práticas**. Porto Alegre: Sagra - D.C. Luzzatto.
- MEDITISCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>> Acesso em 13 nov 2017.
- MORAIS, F. 1994). **Chatô: o rei do Brasil**. São Paulo: Cia das Letras.
- ORTRIWANO, Gisela. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. REVISTA USP, São Paulo, n.56, p. 66-85, dezembro/fevereiro 2002-2003.
- PATERNOSTRO, Vera Íris. (1999). **O texto na TV: Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus.
- PENA, Felipe. (2008). **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto.
- PRADO, Flávio. (1996). **O ponto eletrônico**. São Paulo: Publisher Brasil.
- PRIOLLI, Gabriel. (1985). A tela pequena no Brasil grande. In: LIMA, Fernando Barbosa; PRIOLLI, Gabriel; MACHADO, Arlindo. **Televisão & Vídeo**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- REIMÃO, S. (1997). **Em instantes: notas sobre a programação na TV brasileira (1965-1995)**. São Paulo: Faculdades Salesianas: Cabral.
- REZENDE, Guilherme Jorge de (2000). **Telejornalismo no Brasil. Um perfil Editorial**. São Paulo: Summus.
- SALAVERRÍA, Ramón. Convergencia de los medios. **Chasqui**. Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 81, 2003.
- SCOLARI, Carlos Alberto. Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. **Diálogos de la Comunicación**, n. 77, 2008.
- \_\_\_\_\_. Lostología: Narrativa transmediática, estrategias crossmedia e hipertelevisión. In: CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Vicente. **Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas**. Barcelona: Editorial Uoc, 2014. p. 137-164. Disponível em: <[https://www.academia.edu/12016123/Transmedia\\_Storytelling\\_-\\_between\\_theories\\_and\\_practice\\_complete\\_book\\_](https://www.academia.edu/12016123/Transmedia_Storytelling_-_between_theories_and_practice_complete_book_)>. Acesso em: 14 nov. 2017.
- SILVA, Edna de Mello; ROCHA, Liana Vidigal. (2010). Telejornalismo e ciberespaço: convergência de tecnologias e informação. IN: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil. Florianópolis: Insular.
- SILVA, Edna de Mello. As imagens do Telejornal Imagens do Dia: a influência do cinejornalismo e do rádio na primeira fase do telejornalismo brasileiro. IN: Anais do VIII Encontro Nacional de História da Mídia – Guarapuava, PR. 28 a 30 de abril de 2011.
- \_\_\_\_\_. Entre o Real e o Virtual: Novas Configurações Imagéticas no Telejornalismo. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2683-1.pdf> Acesso em 14 nov 2017.
- \_\_\_\_\_; ALVES, Y. M. Telejornalismo Expandido: A Apropriação de Redes Sociais e Aplicativos pelo Jornalismo Televisivo. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2503-1.pdf>>. Acesso em 14 nov 2017.

- \_\_\_\_\_. De “cabeças falantes” a “corpos imersivos”: o papel dos apresentadores no telejornalismo brasileiro . IN: WARD, R. (org.). Narrativas e Representatividades, a interdisciplinariedade na Comunicação. Palmas, TO: Universidade Federal do Tocantins / EDUFT, 2017. Pág. 95 – 109.
- SOUZA, Claudio Mello e. (1984). **Quinze anos de história**. Rio de Janeiro: Rio Gráfica Editora.
- TEODORO, Gontijo. (1980). **Jornalismo na Tv**. Rio de Janeiro: Ediouro.
- TRAQUINA, Nelson. (2004). **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Unisul.
- VAN DIJK, Teun A . (1996). **La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información**. Barcelona: Paidós.
- VIZEU PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**.
- YORKE, Yvor.(2006). **Telejornalismo**. São Paulo: Roc,.
- \_\_\_\_\_. (1998). **Jornalismo diante das câmeras**. São Paulo: Summus.
- WOLF, Mauro. (2002). **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença.



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## **Periodismo, proximidad y desarrollo regional en Alta Paulista – São Paulo**

### **Jornalismo, proximidade e desenvolvimento regional na Alta Paulista – São Paulo**

### **Journalism, proximity and regional development in Alta Paulista – São Paulo**

*Roberto Reis de Oliveira*<sup>199</sup>

**RESUMEN:** El trabajo trata de aspectos de la Alta Paulista, franja territorial formada por 33 municipios ubicada en la porción oeste del Estado de São Paulo, Brasil, y que ya fue conocida como “corredor del hambre” debido a los bajos índices de desarrollo económico y social de la mayoría de ellos y, también, de los periódicos impresos que circulan en estos municipios y sus adyacencias. Parte inicial de un proyecto de investigación más amplio, presenta características de la Alta Paulista y un levantamiento de datos de los periódicos impresos en ella producidos y que circulan en parte de estos municipios. Presenta y discute aspectos conceptuales sobre región, espacio y territorio y, en esta fase, se orienta por la investigación bibliográfica y documental.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo Regional. Periodismo impreso. Alta Paulista.

**Abstract:** This paper deals with aspects of Alta Paulista, a territorial area formed by 33 municipalities located in the western part of the State of São Paulo, Brasil, and which was already known as “hunger corridor” due to the low rates of economic and social development of most of them and also the printed newspapers that circulate in these municipalities and their surroundings. An initial part of a broader research project, it features characteristics of Alta Paulista and an initial survey of data on printed newspapers produced and circulating in these municipalities. The text presents and discusses conceptual aspects about region, space and territory and, at this stage, is guided by bibliographical and documentary research.

**KEYWORDS:** Regional Journalism. Printed Journalism. Alta Paulista.

## **INTRODUÇÃO**

Espaço, território e região são conceitos basilares para os estudos sobre comunicação regional e devem ser, sistematicamente, investigados e refinados, especialmente se o objetivo é situá-los em perspectiva – suas relações com os fenômenos, aspectos e práticas comunicacionais e, especialmente em nosso caso, jornalísticas.

Se o espaço é modificado pela técnica (SANTOS, 2004), incluímos a comunicação – aqui a jornalística – como elemento capaz de promover esta modificação, na medida em que constitui atividade de caráter técnico-informacional, mas também social, político, econômico e cultural se se consideram os fluxos promovidos – em maior ou menor intensidade - pelas instituições jornalísticas em dado contexto.

As empresas de comunicação, dotadas de aparatos técnicos, podem se constituir dinamizadores de processos produtivos, pois que conferem visibilidade aos acontecimentos, às mudanças na economia, no ambiente social, político e cultural de certa circunscrição regional.

Seu estabelecimento em localidades e regiões e seu exercício cotidiano de coletar, tratar e publicar informações (jornalísticas, publicitárias, de entretenimento etc.) servem às necessidades de comunicação, quer sejam materializadas no relevo que os fatos possuem para os públicos - e o espectro que desenham para indivíduos e grupos de interesse (político, econômico) -, quer sejam efetivadas na atividade mercadológica em que os meios adquirem centralidade, particularmente quando promovem a visibilidade não só de acontecimentos de interesse público, mas também de produtos, serviços, empreendimentos comerciais, instituições (públicas e privadas) e os diversos grupos de interesse como, também, das diversas

<sup>199</sup> Roberto Reis de Oliveira. Faculdade Faccat – Tupã, São Paulo, Doutor em Comunicação Social, Brasil, rreisoliveira@uol.com.br.

vozes de atores sociais. Nesta esteira, podem ser considerados coadjuvantes dos processos de desenvolvimento de localidades e regiões (OLIVEIRA, 2013).<sup>200</sup>

Este trabalho trata de dos jornais impressos na região da Alta Paulista, faixa territorial composta por 33 municípios e localizada na região oeste do Estado de São Paulo, Brasil. De caráter inicial, orienta-se pela pesquisa bibliográfica e documental, destacando o contexto da pesquisa e os conceitos de região, espaço e território.<sup>201</sup>

## O CONTEXTO

Figura 1: Posição do Estado de São Paulo em relação ao Brasil.



Fonte: <http://www.sp-turismo.com/municipios-sp.htm>

Figura 2: Posição da Alta Paulista em relação ao Estado de São Paulo.



Fonte: Associação dos Municípios da Nova Alta Paulista (2017)

A Alta Paulista é uma faixa territorial formada por 33 municípios localizados no oeste do Estado de São Paulo, um dos estados da macrorregião sudeste do Brasil (vide figura 1). O Estado de São Paulo é composto por 645 municípios. Sua população é, segundo dados da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE, 2017), de 43.872.430 habitantes. A área total de São Paulo é de 248.219,63 km<sup>2</sup>.

O surgimento dos municípios que compõem a Alta Paulista está ligado ao traçado do Tronco Oeste da extinta Companhia Paulista de Estradas de Ferro, haja vista que o avanço dos empreendimentos ferroviários Estado adentro, rumo ao extremo oeste, foi, em boa medida, elemento dinamizador do processo de colonização. A região foi colonizada em maior escala a partir da primeira metade do século XX. Esta porção geográfica é tradicionalmente conhecida como a faixa de terras situada entre o Rio Aguapeí ou Feio e o Rio do Peixe (vide figura 2).

As culturas de algodão e amendoim e, mais tarde, do café predominaram na região, constituindo importantes fatores para o surgimento dos municípios. Entretanto, com o passar das décadas, a riqueza acumulada foi sendo investida em outras regiões e a Alta Paulista permanece tendo como principal atividade a agropecuária, e figura, ao lado do Sudoeste Paulista e do Vale do Rio Ribeira de Iguape, entre as regiões mais pobres do estado de São Paulo. A Alta Paulista é conhecida, oficiosamente, como “corredor da fome” devido aos baixos índices de desenvolvimento econômico e social e das condições de vida na maioria deles.

Os 33 municípios que compõem a Alta Paulista são, em ordem alfabética, Adamantina, Arco-Íris, Bastos, Dracena, Flora Rica, Flórida Paulista, Herculândia, Iacri, Inúbia Paulista, Irapuru, Junqueirópolis, Lucélia, Mariápolis, Monte Castelo, Nova Guataporanga, Oriente, Osvaldo Cruz, Ouro Verde, Pacaembu, Panorama, Parapuã, Paulicéia, Pompeia, Pracinha, Queiroz, Quintana, Rinópolis, Sagres, Salmourão, Santa Mercedes, São João do Pau d'Alho, Tupã e Tupi Paulista.

A população da Alta Paulista, somando-se o número de habitantes dos 33 municípios, é de 415.949 habitantes (aproximadamente 9,4% da população paulista). O município mais populoso é Tupã, com 63.004 habitantes (15%), e o menor deles é Flora Rica, com 1.628 habitantes (menos de 1%, ao lado de mais dois em torno deste percentual). Somente dois municípios ultrapassam 10% da população total da região. Onze municípios estão na faixa entre 1.600 a 4.000 habitantes. Nove deles têm população entre 5.000 e 9.700. Seis estão na faixa entre 10.600 e 19.600. Três estão na faixa de 20.000 a 21.000. Dois têm população entre 31.000 e 33.000. Um está na faixa de 45.000 e um ultrapassa 60.000 habitantes (SEADE, 2017). Na maioria dos municípios, os postos de trabalho estão ligados às administrações municipais.

O município que ocupa o primeiro lugar no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)<sup>202</sup> é Adamantina (0,790). Ouro Verde está no último lugar da lista da região (0,692). O Estado de São Paulo ocupa o segundo lugar entre os maiores índices brasileiros - 0,819. Em primeiro lugar está o Distrito Federal, com 0,839 (AMORIM, 2016).

<sup>200</sup> Partimos das considerações desenvolvidas em outro contexto. Ver: OLIVEIRA, R.R. Espaço, território, região: pistas para um debate sobre comunicação regional. Ciberlegenda. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. n.29, 2013, p. 108-118.

<sup>201</sup> O trabalho é parte do projeto “A região imaginada: jornais e jornalistas da Alta Paulista”, em andamento desde novembro de 2017 no âmbito do curso de Jornalismo das Faculdades Faccat. Coordenado por este pesquisador, encontra-se em processo de registro no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq. É dividido em três fases: 1) levantamento de dados da região da Alta Paulista e dos jornais ali existentes; 2) Verificação das relações de proximidade e ideias sobre desenvolvimento pela análise de conteúdo; 3) Entrevistas em profundidade com profissionais da imprensa da região visando a recuperar a imagem de região e de desenvolvimento que estes profissionais têm do contexto em que atuam.

<sup>202</sup> Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, indicador lançado em 2013 que coleta dados dos Censos realizados pelo IBGE para medir a qualidade de vida nos municípios brasileiros.

Atualmente, a economia da Alta Paulista é baseada no setor agropecuário e de prestação de serviços, com destaques para a cultura de cana-de-açúcar, criação de gado e produção de ovos concentrada no município de Bastos (considerada capital nacional do ovo).

Na Alta Paulista circulam 27 jornais impressos. Cinco deles têm periodicidade diária, um é bissemanário, 19 têm edições semanais e dois apresentam tiragens quinzenais (conforme quadro 1).

Quadro 1: Municípios, títulos de periódicos impressos e periodicidade.

Jornal	Cidade	Periodicidade
Diário do Oeste Paulista	Adamantina	Diário
Jornal da Cidade	Adamantina	Semanário
Impacto	Adamantina	Semanário
Jornal Adamantina	Adamantina	Semanário
Tribuna Bastense	Bastos	Semanário
A Hora	Bastos	Semanário
Diário de Dracena	Dracena	Diário
Jornal Regional	Dracena	Diário
Folha Regional	Flórida Paulista	Semanário
Jornal de Herculândia	Herculândia	Semanário
A Voz	Irapuru	Semanário
A Notícia	Junqueirópolis	Semanário
O Independente	Lucélia	Semanário
Gazeta Regional	Lucélia	Semanário
O Povo	Mariápolis	Quinzenal
Diário da Região	Osvaldo Cruz	Semanário
Jornal de Osvaldo Cruz	Osvaldo Cruz	Semanário
Cidade Aberta	Osvaldo Cruz	Semanário
O Pacaembuense	Pacaembu	Semanário
Última Hora	Panorama	Semanário
O Beira Rio	Panorama	Semanário
O Regional	Parapuã	Bissemanário
Tribuna de Pracinha	Pracinha	Semanário
Jornal da Cidade	Quintana	Quinzenal
Diário de Tupã	Tupã	Diário
Folha do Povo	Tupã	Diário
O Semanário	Tupi Paulista	Semanário

## ORIENTAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Uma das questões iniciais em uma pesquisa sobre jornalismo regional é a de territorialidade e proximidade, a partir das peculiaridades de dada faixa territorial a que se chama região e as complexidades que nela se manifestam e nela se refletem. Aprender as nuances regionais e a atuação do jornalismo e da mídia em cidades e regiões é descortinar um cenário rico em possibilidades de reflexão e pesquisa.

Atividade sociotécnica, o jornalismo pode contribuir para demarcar esta territorialidade, haja vista o fazer jornalístico e sua participação no cotidiano das localidades e regiões – ainda que somente pela presença. Dado que a mídia – como aparato técnico-científico-informacional – modifica o espaço, o resultado da interseção entre os meios, os públicos e as idiosincrasias da região resguarda contradições que convidam a um debate marcado pela transglossia vez que, para tanto, além do arcabouço teórico-metodológico do jornalismo e da comunicação, recorreremos aos fornecimentos conceituais e objetivos de outros campos epistêmicos como geografia, sociologia, política, economia e da cultura, bem como às possibilidades analíticas provenientes da demografia e da estatística.

A análise de um panorama caracterizado pela dinâmica entre fatos, significados e práticas, deve preservar duas posições: 1) todo acontecimento é um dado espaço-temporal e territorial, e que nenhum fato prescinde de uma rede de forças que se espalha para além do factual e do imediato e; 2) indivíduos e instituições se apropriam, de alguma forma, das informações coletadas, tratadas e publicadas pela imprensa.

Uma das contradições que se apresentam neste recorte é a agenda jornalística que, mesmo regionalmente localizada, é fortemente pautada – ainda - no modelo massivo da produção noticiosa e suas extensões. Temos observado o resultado - nem sempre satisfatório – de conflitos e de acomodações respeitantes quer à estruturação das empresas de comunicação,

quer à composição de quadros profissionais, quer aos constrangimentos de ordem tecnológica, quer aos de natureza política e financeira e, ainda, da cultura profissional que, de forma latente ou manifesta, faz por determinar toda a produção de um veículo de comunicação, podendo, em muitos casos, distanciar consideravelmente o fato de seu contexto original e, com isto, destitui-lo de sua atualidade (no sentido do que, de alguma forma, atua). A atualidade é entendida (e limitada) pelo imediato, factual, obedecendo aos ditames do que se entende por jornalismo e pela própria profissão, ainda que distante das contradições destacadas por Nelson Traquina quando este autor chama o jornalismo de uma “comunidade interpretativa” (TRAQUINA, 2005, p. 26-31). Na imprensa regional (a “pequena imprensa”, em comparação à “grande mídia”), estas questões são mais evidentes.

## SOBRE O REGIONAL<sup>203</sup>

A fala sobre o regional sugere, à partida, uma aproximação com a rubrica geográfica - seguindo a proposição de Renato Ortiz (1999, p. 53-55) - que leva à percepção de território como espaço atravessado por “planos sociais diferenciados”, quais sejam de natureza econômica, política, cultural. Em se tratando da atividade jornalística, além dos planos anteriores, acrescentamos a dimensão técnica/tecnológica como influência sobre o regional, bem como dos quadros profissionais que praticam o jornalismo em localidades e regiões.

Em dada faixa territorial, as localidades conformam pontos estratégicos. Empresas de comunicação, dotadas que estão de aparatos técnico-científico-informacionais, deles se servem na atividade de coleta, tratamento e difusão de informações aos públicos. Ao lado do transporte de mercadorias e do deslocamento de pessoas, o fluxo informativo confere ao território o sentido de mobilidade trabalhado por Jacques Lévy (apud BOURDIN, 2001, p. 66).<sup>204</sup>

O território, nessa esteira, é visto como uma construção, uma referência construída pelos e para os indivíduos. De acordo com Bourdin (2001, p. 223), o essencial é que o território *[...] funcione para os objetivos que lhe são propostos, que dê satisfação e não se prolongue quando se perde o interesse. A invenção permanente de territórios é uma boa coisa, quando não se trata de procurar o Santo Graal, mas de territorializar as dinâmicas sucessivas de ação. Pois é preciso pensar os territórios para a ação, perguntando-se se eles constituem sistemas de recursos generosos, que favoreçam cooperações produtivas e não jogos de equilíbrio (grifos nossos).*

O raciocínio do autor (2001, p. 223-4) recomenda “pensar um território a partir da ação”. Porém, ressalva que isto pode, em contrapartida, levar a admitir “[...] aparentes extravagâncias geográficas, econômicas, administrativas ou políticas”. Mas admite ser isto melhor do que definir um território “[...] ‘natural’ ou simplesmente lógico, que jamais funciona”.

Seguimos, também, as ideias de Milton Santos. Ao problematizar a “natureza do espaço”, o autor (2004, p. 19) recupera a expressão anglo-saxônica *place counts*, isto é, o lugar tem importância. Seu ponto de partida é a proposta de que o espaço seja definido como “[...] um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações” (SANTOS, 2004, p. 21). Ou seja, objetos e ações são concorrentes na atribuição de importância a dada região.

Este autor destaca a racionalidade daquilo a que se chama espaço como conceito histórico e atual. Para Santos (2004, p. 22-23), o espaço racionalizado é fruto, ao mesmo tempo, da emergência das redes e do processo de globalização. Ele nos fala de um “conteúdo geográfico do cotidiano” que se inclui entre os “[...] processos constitutivos e operacionais, próprios à realidade do espaço geográfico, junto à questão de uma ordem mundial e de uma ordem local”.

Citando Marcel Mauss, Santos (2004, p. 31) observa que “[...] em função das técnicas é que observaremos a base geográfica da vida social: o mar, a montanha, o rio, a laguna”. Destaca um termo basilar para esta reflexão, a de “tecnomorfologia”. Logo depreendemos que são as ações que se desenredam no cenário do território e também os objetos nele presentes (e que viabilizam mesmo as ações) são pontos chaves para entender sua configuração. Sinaliza, ainda, para “[...] a forma como a sociedade opera no espaço geográfico, através dos sistemas de transporte e comunicação” (SANTOS, 2004, p. 33).

O autor (2004, p. 48) enfatiza se a questão colocada é a de saber, de um lado, em que medida a noção de espaço pode contribuir à interpretação do fenômeno técnico, e, de outro lado, verificar, sistematicamente, o papel do fenômeno técnico na produção e nas transformações do espaço geográfico. Ele esclarece que é uma das preocupações centrais da geografia a organização do espaço e do tempo – descoberta da “[...] experiência técnica ou da utilização racional do espaço-tempo,

<sup>203</sup> Ao longo da última década, temos voltado atenções à comunicação regional, na tentativa de investigar as configurações de veículos de comunicação que atuam nesta perspectiva. Além da pesquisa de doutoramento na Universidade Metodista de São Paulo, sob a orientação da Profa. Dra. Cicilia Peruzzo, partimos para o estudo da região da Alta Paulista, ao iniciarmos atividade de docência e pesquisa na Faculdade Faccat, em Tupã, município desta região, especialmente porque é uma das poucas instituições de ensino superior do Oeste Paulista a permanecer ofertando vagas para a formação de jornalistas, após a não obrigatoriedade de diploma no Brasil a partir de junho de 2009.

<sup>204</sup> Os meios de deslocamento funcionam, na acepção de Bourdin (2001, p. 68), como “objetos extraterritoriais” que provocam “efeitos-túnel” sobre o território. Entre estes objetos situamos os meios de comunicação.

visando assegurar eficácia econômica à administração dos investimentos”. Nessa esteira, procuramos empreender a relação entre o jornalismo e o desenvolvimento regional na Alta Paulista.

*O trabalho supõe o lugar, a distância supõe a extensão; o processo produtivo direto é adequado ao lugar, a circulação é adequada à extensão. Essas duas manifestações do espaço geográfico unem-se, assim, através dessas duas manifestações no uso do tempo (SANTOS, 2004, p. 55, grifos nossos).*

Assegura Santos (2004, p. 55, 57) que

*[...] o espaço se impõe através das condições que ele oferece para a produção, para a circulação, para a residência, para a comunicação, para o exercício da política, para o exercício das crenças, para o lazer e como condição de “viver bem”.*

E são estas mesmas condições, materializadas nas técnicas que possibilitam mensurar o espaço: técnicas da produção, do transporte, do dinheiro, do controle, da política, das técnicas da sociabilidade e da subjetividade e, também, da comunicação (de um ponto a outro, fluxos informativos, intercâmbio de informações e conteúdos simbólicos).

Surge a ideia de “espaço produtivo”. Logo as possibilidades de expansão ou estancamento diferem de um espaço a outro, já que se tratam de espaços desenhados, distintos uns dos outros por certos protocolos de demarcações diversas, seja de natureza física ou político-administrativas.

Se para Santos (2004, p. 75) “a configuração espacial é um dado técnico”, vemos uma possibilidade de situar o jornalismo regional e suas configurações – quais sejam tecnológicas, de pessoal, de práticas informativas e comerciais – como elemento performativo do espaço, do território, inclusive para lhe conferir importância. Então é a região um espaço modificado e qualificado pela presença de meios técnico-informacionais (entre eles os meios de comunicação, pois que vetores fundamentais do processo social).

Pierre Bourdieu (2004, p. 107-8) assevera que para pensar a ideia de região é preciso apreender a gênese do conceito das representações que lhe estão associadas e descrever os processos em jogo nos quais e por meio dos quais é produzido. Os usos do conceito, segundo o autor, ligam-se à ideia de representação que, por sua vez, depende de “conhecimento e reconhecimento” e, como Santos (2004), vê a região definida pelos mecanismos das produções e das trocas.

A regionalização, para Bourdieu (2004, p. 111), é o ordenamento do território. A economia, por exemplo, define “espaços funcionais”, já que classifica para conhecer, ordena/diferencia para administrar<sup>205</sup>.

Isto permite considerar um jornalismo que se põe regional, sua caracterização em instituições voltadas à coleta, tratamento e publicização de informações e sua estruturação como empresas. Como tais, delimitam seu território de atuação, no qual põem em curso suas estratégias comunicacionais, políticas, administrativas. A um só tempo o estabelecimento de jornais é resultado de diversos processos sociais, políticos e econômicos em certa localidade ou região e, também, ingrediente mobilizador de tais processos à medida que faz circular informações, falas de diversos grupos de interesse e de pressão, dá visibilidade e publicidade a produtos, serviços, pessoas e instituições, orienta e opina sobre acontecimentos etc.

## CONSIDERAÇÕES

Nesse sopro, um jornal regional, pela fala, afirma relação de pertencimento e de representação e se autoriza como vetor para a região<sup>206</sup> ou é capaz de imaginar (produzir imagens de) esta continuidade territorial cujos dados, quais sejam faixa geográfica, delimitações administrativas, números da população e de produção etc., são critérios concebidos para aquelas entidades que exploraram, de algum modo, o território. Um jornal pode, em dada medida, ser considerado um centro motor da informação.

Como centros motores da informação, jornais regionais - burocrática e administrativamente estruturados – também se balizam por certas categorias de percepção e de apreciação, quais sejam números da economia regional, capacidade tecnológica e de pessoal para captação, tratamento e distribuição de informações e demais conteúdos.

<sup>205</sup> A etimologia da palavra região está em *regio*. “Esta etimologia conduz ao princípio da di-visão, acto mágico, quer dizer, propriamente social, de *diacrisis* que introduz por *decreto* uma descontinuidade decisória na continuidade natural [não só entre as regiões do espaço, mas também entre as idades, os sexos, etc.]. *Regere fines*, o acto que consiste em ‘traçar as fronteiras em linhas rectas’, em separar ‘o interior do exterior, o reino do sagrado do reino do profano, o território nacional do território estrangeiro’, é um acto *religioso* realizado pela personagem investida da mais alta autoridade, o *rex*, encarregado do *regere sacra*, de fixar as regras que trazem à existência aquilo por elas prescrito, de falar com autoridade, de pré-dizer no sentido de chamar ao ser, por um dizer executório, o que se diz, de fazer sobrevir o porvir enunciado” (BOURDIEU, 2004, p. 113-114).

<sup>206</sup> A exemplo dos periódicos que já nos títulos assinalam a rubrica de pertencimento ou de proximidade com certa localidade ou região. No entanto, os conteúdos e o tratamento de informações nem sempre respondem a esta rubrica.

É possível afirmar, pois, que meios de comunicação são coadjuvantes no conjunto de estratégias de controle do território. Além da coleta, tratamento e difusão de informações de caráter jornalístico, podem funcionar como elos articuladores e dinamizadores dos mercados. Como bases técnicas e empresariais, também criam e desenvolvem formas para a sua legitimação em dado território, dotados que estão de conteúdo técnico, informacional, comunicacional e empresarial.

No rastro das questões apontadas, projetamos que os jornais são coadjuvantes na construção deste “espaço-materialidade”, à medida que sua atuação é tributária também das configurações territoriais de outra ordem (econômica, jurídico-administrativa etc.) em que a ação/voz dos sujeitos contribui para criar ou alterar um espaço. Destas ações e alterações alimentar-se-ia o jornalismo dito regional. O levantamento, análise e interpretação dos dados sobre os jornais da Alta Paulista é o próximo passo do trabalho.

## REFERÊNCIAS

- Amorim, F. (2016). DF, São Paulo e Santa Catarina lideram qualidade de vida entre Estados. *Universo On Line*. Disponível em <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2016/11/22/df-sao-paulo-e-santa-catarina-lideram-desenvolvimento-humano-entre-estados.htm>> Acesso em 02 fev 2018.
- Associação dos Municípios da Nova Alta Paulista (2018). Disponível em <<http://www.amnap.com.br/>>. Acesso em 06 jan 2018.
- Bourdieu, P. (2004). *O poder simbólico* (7ed.). Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Bourdin, A. (2001). *A questão local*. São Paulo: DP&A.
- Fundação Seade (2017). *Perfil dos Municípios Paulistas*. Disponível em <<http://www.perfil.seade.gov.br/>>. Acesso em 02 jan 2018.
- Guia Geográfico do Estado de São Paulo (2018). Disponível em <<http://www.sp-turismo.com/municipios-sp.htm>>. Acesso em 05 jan 2018.
- Oliveira, R. R. (2013). Espaço, Território, Região: pistas para um debate sobre comunicação regional. *Ciberlegenda*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. n. 29, p. 108-118.
- Ortiz, R. (1999). Um outro território. In: BOLAÑO, César Ricardo Siqueira [Org.]. *Globalização e regionalização das comunicações*. São Paulo: Educ/Universidade Federal de Sergipe, p. 51-72.
- Santos, M. (2004). *A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp.



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Medios y Espacio Urbano: un análisis de la cobertura de la violencia en Río de Janeiro

Media and Urban Space: an analysis of the coverage of violence in Rio de Janeiro

Mídia e Espaço Urbano: uma análise da cobertura da violência no Rio de Janeiro

*Ivanise Hilbig de Andrade<sup>207</sup>*

*Mateus Augusto Ferreira<sup>208</sup>*

**RESUMO:** Baseado no tripé mídia, espaço urbano e violência, este trabalho realiza um estudo comparativo entre a cobertura jornalística da violência que acontece em áreas centrais e em áreas periféricas da metrópole do Rio de Janeiro (RJ), Brasil. A partir da metodologia de Análise do Discurso de linha francesa (AD), foi analisado o conteúdo produzido nos seis primeiros meses do ano de 2017 pelos jornais impressos O Globo e Extra. A pesquisa buscou discutir a construção discursiva da violência que acontece em áreas distintas dentro de uma mesma cidade e concluiu que os jornais analisados produzem o sentido de que a presença ou ausência da violência é um fator diretamente ligado à configuração socioeconômica das diferentes áreas dentro de uma metrópole.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Impresso; Espaço Urbano; Violência.

**ABSTRACT:** Based on the media, urban space and violence tripod, this work is a comparative study between the coverage of violence in central and peripheral areas of the metropolis of Rio de Janeiro (RJ), Brazil. Using the French Line of Discourse Analysis methodology, published texts from the first six months of 2017 in the printed newspapers O Globo and Extra were analysed. The research debated the discursive construction of violence that occurs in distinct areas within the same city and concluded that the newspapers analyzed produce the sense that the presence or absence of violence is a factor directly related to the socioeconomic configuration of the different areas within a metropolis.

**KEYWORDS:** Journalism; Urban Space; Violence.

Na tarde do dia 16 de fevereiro de 2018 o presidente do Brasil, Michel Temer, decretou intervenção militar na Segurança Pública no Rio de Janeiro justificada pelo aumento da violência e da criminalidade durante o carnaval<sup>209</sup>. Porém, conforme o Instituto de Segurança Pública (ISP) do estado não houve uma onda de violência atípica no período. A diretora do instituto, em entrevista ao Estadão, explicou que a Secretaria de Segurança achou conveniente divulgar os números parciais porque a narrativa sobre a explosão da violência no carnaval havia sido muito forte, como algo fora do padrão. Para ela, o Rio vive duas narrativas na segurança: os indicadores objetivos e a sensação de segurança<sup>210</sup>.

Ainda de acordo com dados do ISP, por dia, uma média de 16 pessoas são assassinadas e um número ainda maior é vítima de crimes de outras ordens, como assaltos, agressões e estupros. Em 2017, foram registrados 1.124 mortes por policiais e mais de 125 mil casos de roubos a transeuntes – índice próximo do registrado em 2016 e muito superior aos anos anteriores. Dados que levam a questionamentos sobre a forma como os meios de comunicação brasileiros se relacionam com esta realidade, isto é, sobre como fazem a cobertura jornalística da violência em uma cidade como o Rio de Janeiro e como essa cobertura produz sentidos e criam um imaginário social de medo.

<sup>207</sup> Ivanise Hilbig de Andrade. Professora do Curso de Jornalismo na Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), Brasil. E-mail: ivaniseha@gmail.com

<sup>208</sup> Mateus Augusto Ferreira. Jornalista. Graduado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Brasil. E-mail: mateusaugustosferreira@hotmail.com

<sup>209</sup> Folha de São Paulo. Governo decide fazer intervenção na Segurança Pública do Rio. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/02/governo-decide-fazer-intervencao-na-seguranca-publica-do-rio.shtml>

<sup>210</sup> Estado de SP. Não houve nenhuma explosão de violência no Rio durante carnaval', diz diretora do ISP. Disponível em: <http://brasil.estadao.com.br/noticias/rio-de-janeiro,nao-houve-nenhuma-explosao-de-violencia-no-rio-durante-carnaval-diz-diretora-do-isp,70002192494>

Sem deixar de considerar esse aumento dos índices de criminalidade enquanto uma questão sócio-econômica séria do Brasil atualmente, esta pesquisa focaliza-se sobre como os meios de comunicação constroem discursivamente a violência. Este trabalho é parte de uma pesquisa mais ampla que teve como objetivo principal analisar a construção discursiva da violência que acontece em áreas centrais e periféricas da metrópole do Rio de Janeiro por dois jornais cariocas: O Globo e Extra. Para isso, foram analisadas matérias sobre o tema publicadas nas versões impressas dos dois periódicos durante o primeiro semestre do ano de 2017.

## MÍDIA, ESPAÇO URBANO E VIOLÊNCIA NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

O espaço urbano é um organismo vivo que se relaciona diretamente com as questões sociais, políticas e culturais que o constituem. No que diz respeito ao Brasil e, especificamente, à metrópole do Rio de Janeiro, existe uma grande disparidade de padrão de renda e condições de moradia. Ela é fruto de processos inerentes às políticas públicas e constituintes de sociedades capitalistas caracterizadas pela estratificação de classes e pela propriedade privada, como afirma Villaça (1998) ao dizer que “o grande desnível social entre as classes nas metrópoles latino-americanas faz com que nelas seja realçada aquela faceta da luta de classes que é travada em torno das condições de produção/consumo do espaço urbano” (VILLAÇA, 1998, p. 47).

Para Abreu (1987), o estado brasileiro tem colaborado com o aumento da disparidade entre as classes por meio de políticas concentradoras e antidistributivas. Assim, os territórios do núcleo da cidade se tornam mais caros e disputados, onde também se constrói o centro comercial, em um processo que exclui as classes com rendas mais baixas por não terem fôlego financeiro para participar do processo imobiliário inflacionário (ABREU, 1987). Este modelo brasileiro de espaço urbano, caracterizado pela periferação da população de baixa renda, é chamado pelo autor de núcleo-hipertrofiado e, no Rio de Janeiro, as áreas que se formam a partir do núcleo central se estratificam em estruturas circulares e concêntricas (ABREU, 1987).

Por seu turno, de acordo com o sociólogo francês Michel Wieviorka (2007), os meios de comunicação são parte de um sistema social e operam sobre situações reais, tal qual a violência. Isto é, a produção mediática reenvia simbolicamente a experiências concretas vivenciadas pelo seu público em sua relação com o espaço urbano, conferindo visibilidade a formas de violência, por vezes extremas, que irrompem fora do previsível e do rotineiro.

A violência é, enquanto experiência, algo da ordem da perda do sentido, do *non-sens*, de fuga do quadro e de contexto. No entanto, sua percepção ocorre em função de outros elementos e não apenas do fenômeno nele mesmo, em sua objetividade. Segundo Wieviorka, não há violência desprovida de sentido.

*“A violência muda, e a mudança está também nas representações do fenômeno. Se, frequentes e numerosos esforços são empreendidos no sentido de fornecer uma apresentação objetiva, convertida em cifras, da violência – estatísticas de crimes, de delinquência, de motins etc. –, esta não deixa de ser também altamente subjetiva, ela é aquilo que em um dado momento uma pessoa, um grupo, uma sociedade considera como tal” (WIEVIORKA, 2007, p. 1148).*

Sendo uma construção social e discursiva, como aponta Wieviorka, uma análise sobre violência pode se ampliar aos seus mais diversos aspectos. O que nos interessa ressaltar de sua reflexão é que a violência e sua representação mudam constantemente, mas é sempre aquilo que em um dado momento a sociedade compreende como tal. Aquilo que, em sua contradição extrema, representa a quebra da harmonia entre as pessoas (ARENDE, 1994, p.34).

Por fim, entendendo que a violência e os discursos sobre ela mudam ao longo do tempo e que os meios de comunicação fazem parte desse sistema de construção de sentidos, pode-se afirmar que a percepção da violência por parte da sociedade cria um mundo virtual acerca da vida cotidiana. Transformada em produto – com amplo poder de venda no mercado de informação – e em objeto de consumo, a violência passa a fazer parte do dia a dia mesmo daqueles que nunca a confrontaram diretamente enquanto experiência de um processo vivido (PORTO, 2002).

## O JORNAL IMPRESSO E OS DISCURSOS DA INFORMAÇÃO: METODOLOGIA DE ANÁLISE

O jornal impresso é um dos meios de comunicação mais tradicionais e antigos, mas, apesar de atrelado historicamente ao texto escrito, possui hoje elementos que o transcendem e atingem campos da comunicação visual, da internet, do audiovisual. Sua estruturação, composta por elementos como capa, divisão por editoriais, imagens, títulos, textos, pressupõe uma narrativa completa que, em sua articulação de matérias significantes, formam o discurso da informação (VERÓN, 2004).

Dada as especificidades do meio, a pesquisa buscou identificar as estratégias discursivas utilizadas pelos jornais para construir a violência ocorrida nas áreas centrais e periféricas do Rio de Janeiro. É evidente que o estudo da produção discursiva não busca (re)traçar as causas econômicas, sociais e políticas da violência na sociedade contemporânea. No entanto, a análise de discursos oferece meios para que se possa fazer um diagnóstico sobre a violência presente diariamente nos media noticiosos.

Para além de uma análise imanente do conteúdo textual, ou aquilo que é dito, buscou-se compreender as maneiras como é dito, ou seja, as estratégias discursivas adotadas para a produção de sentido pelos meios de comunicação ora analisados. A análise realizada, portanto, baseou-se no estudo da Enunciação, ou seja, nos modos de dizer dos jornais quando se trata da cobertura da violência (VERÓN, 2004).

O *corpus* de análise desta pesquisa é composto de uma amostra de matérias publicadas nos seis primeiros meses do ano de 2017 (janeiro a junho), nos seguintes períodos: de 01 a 07 de janeiro, 05 a 11 de fevereiro, 12 a 18 de março, 23 a 29 de abril, 01 a 07 de maio e 04 a 10 de junho. Ao todo, foram selecionadas 77 matérias para análise, sendo 40 publicadas no jornal O Globo e 37 no Extra. Foram considerados para a seleção, textos no formato de notas, notícias e reportagens sobre o tema de violência urbana que envolvessem assaltos, homicídios, roubos, furtos, tráfico de drogas, estupros e etc. No jornal O Globo, a amostragem foi selecionada a partir da editoria “O Rio”. Já no Extra, o conteúdo selecionado faz parte da editoria “Geral”.

Inicialmente, foram categorizadas as matérias selecionadas de acordo com: **estrutura das notícias** (nota, notícia, reportagem), o **tipo de crime ou violência** de que trata (assalto, homicídio, tráfico, etc.) e qual o **território da ocorrência** com base nas definições de Abreu (1987) (núcleo, periferia imediata, periferia intermediária). Com base nesta primeira análise, foi possível definir quais espaços estão mais presentes nas matérias e quais os tipos de crime relacionados.

Após esta primeira etapa, foi realizada uma análise qualitativa utilizando algumas matérias da amostra que possibilitassem a comparação dos discursos sobre violência em diferentes territórios do Rio de Janeiro. Nas páginas dos jornais, foram analisados elementos como os títulos, as imagens, o *layout* e o texto em si, bem como a articulação construída entre eles. Em termos discursivos, atentou-se para o uso dos dêiticos, o vocabulário, as figuras e as vozes discursivas (ANDRADE, 2017). Em seguida, apresentamos algumas reflexões com base no material analisado.

## O MAPA DO MEDO E OS DISCURSOS DA VIOLÊNCIA

No jornal O Globo, os bairros situados em regiões do Núcleo e da Periferia Imediata são os mais citados, estando presentes, cada um, em 45% delas. Por outro lado, a periferia mais distante do centro só aparece em três matérias, ou 7,5%. Outras três delas não citavam nenhum bairro ou território específico.

Já das 37 matérias coletadas do jornal Extra, os bairros da periferia imediata são citados em 45,9% das matérias, contra 29,7% das matérias que citam bairros do núcleo. Porém, o aumento mais significativo em comparação com os números do jornal O Globo está na quantidade de vezes em que o Extra cita territórios da periferia intermediária, estando presente em 21,6% das matérias. Três matérias não citam nenhum bairro ou território específico.

Ao comparar os números dos dois veículos, considerando em primeiro momento crimes noticiados em bairros do núcleo, é possível observar que O Globo (Tabela 1) noticia mais assaltos, roubos e furtos que ocorrem em áreas centrais, estando presente em 77,7% das matérias, contra 16,6% de presença de crimes de homicídio e tentativa de homicídio, 16,6% de presença de agressão e 6,6% de presença de crimes da categoria ação de facções criminosas e confronto entre PM e facções criminosas. A categoria de crime “Agressão”, aliás, é apenas representada nas matérias quando ocorrido em bairros do Núcleo.

No Extra, apesar da presença de crimes da categoria assaltos, roubos e furtos estar presente em 72,7% das matérias que tratam de bairros localizados no Núcleo (número semelhante ao do jornal O Globo), os crimes que tratam de homicídio são bem mais presentes no Extra, citados em 54,5% das matérias dos bairros nucleares. Já ação de facções criminosas e confrontos com a PM está presente em apenas 9% das matérias (Tabela 2).

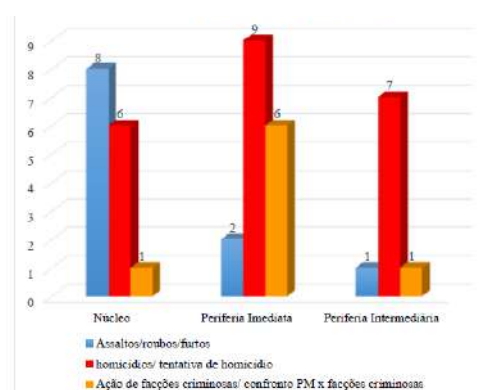
Outra diferença importante na cobertura está nas notícias que tratam de bairros da periferia imediata. Enquanto no jornal Extra crimes da categoria homicídio e tentativa de homicídios são citados em 52,9% das matérias, contra 35,2% de presença de ação de facções criminosas e confronto entre PM e facções; no jornal O Globo há uma inversão nos números, sendo que crimes da categoria de homicídio são representados em 27,7% das matérias

Tabela 1



Fonte: os autores

Tabela 2



Fonte: os autores

e, na categoria de ação de facções criminosas, o número é de 55,5%. Esta inversão indica que, enquanto o Extra privilegia a abordagem do aspecto humano, noticiando crimes contra a vida, O Globo privilegia a abordagem da ação das organizações criminais.

Um ponto de convergência entre os dois veículos diz respeito à representação da violência em bairros da periferia intermediária: quase sempre tratam de crimes de homicídio, estando presentes em 84% das matérias do Extra e em 100% das matérias do O Globo.

## NÚCLEO E PERIFERIA NA COBERTURA DO JORNAL O GLOBO

Conforme apontou os dados numéricos, quando aborda áreas periféricas, O Globo focaliza sua cobertura nos conflitos em áreas de ação de facções criminosas, com destaque para determinadas comunidades ou favelas, principalmente as localizadas na periferia imediata, como o Complexo do Alemão.

No mês de abril de 2017, por exemplo, o jornal O Globo inicia uma série de reportagens utilizando a retranca “Medo nas Ruas”. Dentre os casos narrados na série, está o relato do conflito entre a Polícia Militar (PM) e as facções criminosas do Complexo do Alemão. No mesmo mês, a PM havia iniciado a construção de uma torre blindada na favela Nova Brasília, uma das 13 favelas do Complexo sob a proteção da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP). O que desencadeia em uma série de confrontos com as facções do local.

O jornal então assume um discurso de crítica ao poder público e às medidas de segurança pública aplicadas na região, atribuindo a constante criminalidade a um suposto despreparo público no tratamento da situação. Uma série de matérias indicam esta abordagem como continuidade de uma narrativa, como na matéria intitulada “Uma torre de problemas / Especialistas em segurança dizem que torre blindada põe fim à pacificação do Alemão” (O Globo, 26/04/2017, p. 8).

Da mesma forma, o jornal também trata as pessoas que moram ali como vítimas do estado. É possível observar este discurso na fala de um morador entrevistado para a matéria “Alemão sem trégua” (O Globo, 27/04/2017, p. 12), em que ele afirma que: “Hoje é o Paulo Henrique. Amanhã vai ser de que? Essa violência tem que acabar. Desde que colocaram essa torre, os moradores estão sofrendo”.

Em diálogo com esse morador, o jornal traz, na matéria “Pacificação em xeque” (O Globo, 05/05/2017, p. 8), a fala do secretário de Segurança Pública do estado que diz que “a UPP foi uma tentativa ousada demais do governo estadual”. O secretário nomeia as áreas periféricas como “áreas carentes” e a segurança neste locais como uma “tentativa ousada”, pressupondo que ação já estava fadada a dar errado. Indica, ainda, que as regiões periféricas não estão habitualmente inclusas na gama de áreas protegidas pela segurança pública e que sua inclusão não deveria ser prioridade.

FIGURA 1 – Imagem da matéria “Terror sob duas rodas é mais uma ameaça”



Ferida. A idosa que levou um soco de um ladrão de bicicleta precisará fazer uma cirurgia para reconstruir o olho esquerdo, cuja íris foi parar no fundo do globo ocular.

Fonte: O Globo, 27/04/2017, p. 13.

Como observado nesses exemplos, o jornal O Globo assume uma postura crítica em relação à violência ocorrida na área do primeiro círculo periférico, os discursos sobre a “insegurança pública” são os mais presentes, por meio de falas de profissionais e especialistas da segurança pública que demonstram uma clara insatisfação em relação ao poder público e à Polícia Militar.

Por outro lado, quando produz matérias sobre a violência e a criminalidade que ocorre em áreas centrais da cidade, ainda que exista a crítica à falta de segurança pública, O Globo aposta mais na relação maniqueísta entre o bem e o mal, entre criminoso e vítima, destacando a crueldade do agressor e a situação indefesa da vítima.

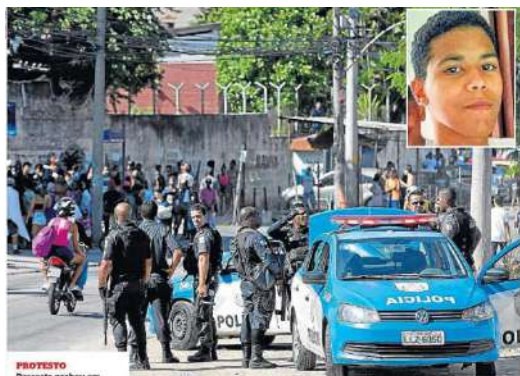
Por exemplo, na matéria “Terror sobre duas rodas é mais uma ameaça / Assaltantes de bicicleta atacam pedestres com violência no Leblon, em Ipanema e Copacabana” (O Globo, 27/04/2017, p. 13), identificam-se elementos que indicam esse posicionamento, como o

## NÚCLEO E PERIFERIA NA COBERTURA DO JORNAL EXTRA

Assim como O Globo, o jornal Extra também realizou uma cobertura extensiva sobre os conflitos no complexo do Alemão no primeiro semestre de 2017, porém, com destaque maior para crimes da categoria homicídio e tentativa de homicídio. O jornal também aposta na crítica à segurança pública e seus agentes, como observado na matéria “Guerra no Alemão mata mais um adolescente” (Extra, 26/04/2017, p. 13). A própria imagem localizada no canto superior direito da página (Figura 2) indica discursivamente que a morte do adolescente e a ação da polícia militar estão diretamente

relacionados. Discursivamente, produz o sentido de que a PM, representando o estado, tem influência direta na morte da vítima.

FIGURA 2 – Imagem da matéria “Guerra no Alemão mata mais um adolescente”



Fonte: Jornal Extra, 26/04/2017, p. 13

Outro elemento discursivo a ser observado está na presença, no título, da palavra “guerra”, usada para denominar os conflitos ocorridos no local. É possível afirmar que o jornal utiliza de um discurso de dramacidade à situação vivida no local, visto que, historicamente, o termo guerra remete a situações extremas de conflito. Ao longo do texto, o Extra insinua que as ações de pacificações na região do complexo do Alemão falharam e mostra a construção da torre como o símbolo desta falha. O discurso de crítica ainda segue quando o jornal afirma que “a polícia que, no passado, botou traficantes para correr, agora, acuada, constrói um refúgio para se proteger dos ataques.” Logo em seguida, o jornal traz a voz discursiva de uma cientista social que reafirma que a torre é o “símbolo do impasse do programa de pacificação”. Esta é uma estratégia também observada no jornal O Globo, em que os meios de comunicação utilizam as vozes discursivas de profissionais da categoria “especialistas” para referendar o próprio discurso de crítica à segurança pública.

Com relação à cobertura de casos em áreas centrais, é possível verificar que, discursivamente, o Extra constrói uma aproximação entre a violência urbana e a favela que está localizada no Núcleo. Na matéria publicada pelo Extra sob o título “Tiroteio da providência interrompe trecho da VLT / Com um ano de operação, confrontos pararam sistema pelo menos uma vez por mês” (Extra, 06/06/2017, p. 8), o jornal aborda a violência como como um empecilho para o desenvolvimento e funcionamento das estruturas urbanas do núcleo. O Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) é uma estrutura de transporte que sequer atinge áreas periféricas, o que já evidencia a melhor estrutura das favelas localizadas próximas ou no centro da cidade.

Comparando os títulos de outras matérias do jornal, podemos identificar uma semelhança na estrutura sintática: “Guerra no Alemão mata mais um adolescente” (Extra, 26/04/2017, p. 3) “Tiroteio mata inocente” (Extra, 14/03/2017, p. 10) e “Tiroteio da providência interrompe trecho da VLT” (Extra, 06/06/2017, p. 8). Nos três casos, o sujeito é o confronto, que exerce uma ação direta sobre uma vítima. A diferença está justamente na vítima, que nos casos da periferia são humanas (“adolescente” e “inocente”) e no caso do núcleo, é a infraestrutura urbana (“trecho da VLT”).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar os discursos dos jornais O Globo e Extra acerca da violência em áreas periféricas e centrais do Rio de Janeiro, é possível questionar se violência urbana e a violência midiática não são confundidas no imaginário popular. Apesar dos jornais O Globo e Extra conversarem com classes sociais diferentes, há, nos dois veículos, a propensão em tratar a violência em áreas periféricas com tom de normalidade e causalidade, enquanto nas áreas do núcleo central, a violência é tratada com espanto e tom de fatalidade.

Foi verificado nos dois veículos um elevado tom de crítica às políticas públicas ligadas à segurança e seus agentes, em especial às ações truculentas e ineficientes da Polícia Militar nessas regiões. Um estado de insegurança e desamparo da população nos locais é constantemente reforçado nos discursos dos dois jornais, ainda que O Globo foque mais na questão política envolvida e o Extra traga um apelo maior às vítimas do confronto.

Já nas áreas nucleares, os discursos, apesar de também destacarem a deficiência da segurança pública, caminham mais para um viés de anormalidade dentro da vida cotidiana. Foi possível observar nos jornais uma construção de sentido de que estas áreas deveriam estar blindadas da violência. Sendo a concentração de renda e a infraestrutura urbana privilegiada o que mais caracteriza estas áreas, chega-se à conclusão de que os jornais analisados produzem o sentido de que a presença ou ausência da violência é um fator diretamente ligado à configuração socioeconômica das diferentes áreas dentro de uma metrópole.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, Maurício de Almeida. **Evolução urbana do Rio de Janeiro**. Iplanrio. Rio de Janeiro, 1987.
- ANDRADE, Ivanise Hilbig de. **Construção de sentido no Jornalismo: operadores e estratégias de análise do discurso da imprensa**. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2017.
- ARENDT, Hannah. **Sobre a Violência**. Relume-Dumará. Rio de Janeiro, 1994.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Editora Cortez. São Paulo, 2013.
- PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. Hacker Editores. São Paulo, 2002.
- VERÓN, Eliseo. **Fragments de um tecido**. Trad. Vanise Dresch. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2004.
- VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. Studio nobel, 1998.
- WIEVIORKA, Michel. **Violência hoje**. Ciência & Saúde Coletiva, 11(Sup): 2007. pp. 1147-1153.



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# “A verdade dos fatos”: representação política partidária da sucessão governamental piauiense no editorial de Folha da Manhã de 1958

## “The truth of the facts”: political partisan representation of the government sucession in Piauí in the newspaper Folha da Manhã from 1958

*Nilsângela Cardoso Lima<sup>211</sup>*

**RESUMO:** O presente trabalho tem por interesse analisar os discursos publicados no editorial “A verdade dos fatos” do jornal *Folha da Manhã* no período de janeiro a setembro de 1958. Com base na teoria do jornalismo e da metodologia da Análise do Discurso, analisa-se as práticas discursivas de *Folha da Manhã* para a construção da representação política e partidária da sucessão governamental piauiense e os bastidores dos partidos (da situação e da oposição) para lançar seus candidatos para as eleições de 3 de outubro de 1958. Nesse sentido, a palavra “verdade” no título do editorial inscrevia sobre si e para o leitor um jornalismo de credibilidade pautado nos fatos e dialeticamente se colocava como arma política para enfrentar a batalha discursiva nitidamente partidária que travou com os demais jornais de Teresina no período, principalmente, aqueles que prestavam serviço a favor do Governador do Estado, à época, Gayoso e Almendra do PSD.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo, Política, Análise do Discurso.

**ABSTRACT:** This work has as interest analyze the discourse published in the editorial “The truth of the facts” from the newspaper *Folha da Manhã* (Morning Sheet) in the period from January to September of 1958. Using as basis the theory of Journalism and the methodology from the Discourse Analysis, it analyzes the discourse practices in the *Folha da Manhã* for the construction of the political representation and partisan sucession of government in Piauí, and the behind the scenes (of the situation and the opposition) to launch their candidates for the October 3, 1958 elections. In this sense, the Word “truth” in the title of the editorial pointed to itself and to the reader a credible journalism based on the facts and dialectically placed as a political weapon to confront the sharply partisan discursive battle that clashed with the other newspapers of Teresina in the period, mainly those who served in favor of the State Governor, then Gayoso e Almendra of PSD

**KEYWORD:** Journalism, Politics, Discourse Analysis.

### 1 INTRODUÇÃO

Os anos cinquenta do século XX marcam mais um período de crescimento para a imprensa escrita em Teresina. Neste período, entram em cena novos jornais com interesse de apresentar ao público leitor os mais diferentes acontecimentos da vida econômica, social e cultural ocorridos em nível local, nacional e internacional, fixando um olhar especial para a política. Dentre os jornais da década de 1950, viu-se despontar *O Dia*, *A Cidade*, *Jornal do Piauí* e *Folha da Manhã*. Seguindo linhas editoriais diferenciadas, esses jornais surgiam com o atributo de desempenharem o papel social da imprensa com vistas a atender a necessidade humana de obter informações atualizadas, mas, também, emitir opinião sobre a realidade construída constituindo-se em “instrumentos indispensáveis para o exercício do jornalismo” (MELO, 1985, p. 9).

Os jornais *O Dia*, *A Cidade*, *Jornal do Piauí* e *Folha da Manhã* surgiram em meio à efervescência política partidária que se estabeleceu no Piauí entre os três maiores partidos do Estado na década de 1950, a saber: o Partido Social Democrático (PSD), a União Democrática Nacional (UDN) e o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). O momento foi profícuo para que imprensa de Teresina continuasse como prestadora de serviço destes partidos políticos, embora os próprios jornalistas já discutissem sobre a importância da objetividade e da neutralidade como regra fundamental para a produção das notícias. Na prática, os jornais teresinenses atuavam como porta-vozes dos partidos e/ou de políticos que os mantinham financeiramente e a vida política era a tônica das matérias publicadas em suas páginas.

Tal assertiva se faz a partir dos dados levantados na pesquisa empírica realizada nos jornais *O Dia*, *A Cidade*, *Jornal do Piauí* e *Folha da Manhã* da década de 1950. De maneira sucinta, afirma-se que o primeiro dizia-se independente, mas

<sup>211</sup> Nilsângela Cardoso Lima. Professora da Universidade Federal do Piauí, Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil, nilcardoso@gmail.com.

defendia a ideologia do partido ou do político que lhe pagasse mais; o segundo declarava-se pertencente aos correligionários da UDN; o terceiro, não declarava sua fidelidade ao PSD, contudo, o órgão era mantido pela família Freitas e Almendra filiada ao partido pessedista (LIMA, 2014); por último, a *Folha da Manhã* que se identificava no expediente como sendo de propriedade da Editora Gráfica “Folha da Manhã” Ltda., porém, foi fundado pelo deputado Marcos Parente, da UDN, em 1957.

É sobre o jornal *Folha da Manhã*, portanto, que se pretende discutir sobre o jornalismo brasileiro e piauiense nos anos 1950 e suas relações com o poder político e partidário. Para tanto, faz-se uma análise dos discursos publicados no editorial “A Verdade dos fatos” de *Folha da Manhã* no período de janeiro a setembro de 1958. Entende-se que os discursos materializados no editorial analisado é fundamental importância para acessar um conjunto de relações de forças, de poder, que tiveram influência na sua produção num período em que os partidos viam a imprensa local um instrumento necessário para a campanha eleitoral daquele ano. De acordo com Foucault (2010, p. 8), “a história é o que transforma os documentos em monumentos e que desdobra, onde se decifravam rastros deixados pelos homens, onde se tentava reconhecer em profundidade o que tinham sido, uma massa de elementos que devem ser isolados, agrupados, tornados pertinentes, inter-relacionados, organizados em conjuntos”. Com isto, pretende-se afirmar que em termos metodológicos foi realizada a crítica dos documentos buscando trabalhar no seu interior e elaborá-lo.

As questões teóricas e metodológicas eleitas para este estudo têm por objetivo compreender o surgimento da imprensa em Teresina não apenas como instrumentos de poder ou porta-vozes dos partidos políticos. Antes pretende analisar as práticas discursivas que o jornal *Folha da Manhã* inscreve sobre si na busca de legitimar um jornalismo de credibilidade frente ao leitor, visto que trava uma batalha discursiva nitidamente política e partidária com os demais jornais que circularam em Teresina no mesmo período. A par da ampla discussão teórica sobre a análise do discurso, dar-se-á preferência aos conceitos elaborados por Foucault (2009; 2010), tais como: discurso, poder, práticas discursivas, formação discursiva, regimes de verdade, por exemplo, na tentativa de compreender como se deu o uso dos jornais no campo das disputas pelo poder no discurso e a “[...] compreensão dos próprios jornalistas sobre os controles discursivos que afetam as práticas de produção de notícias” (MAROCCO, 2010). Nesse sentido, à luz da teoria do jornalismo e da Análise do Discurso, analisa-se as práticas discursivas de *Folha da Manhã* para a construção da representação política e partidária da sucessão governamental piauiense e os bastidores dos partidos (da situação e da oposição) para lançar seus candidatos para as eleições de 3 de outubro de 1958.

## 2 JORNALISMO NOS ANOS 1950: PROBLEMATIZAÇÃO TEÓRICA

O jornalismo é um campo de saber regulado por um conjunto de normas técnicas e editoriais e por preceitos jurídicos, éticos e morais que determinam as possibilidades e os limites dos sujeitos que produzem o discurso jornalístico com a pretensão de apresentá-lo ao leitor como uma verdade através dos jornais. Sem perder de vista os interesses da coletividade, vale destacar ainda que o jornalismo é determinado pelas condições históricas em que ele se apresenta, podendo até sofrer alterações, a partir do contexto político e do lugar social em que ele é praticado. Daí, uma questão complexa se apresenta para o jornalismo piauiense do período recortado para o estudo: como definir o gênero de um tipo de jornalismo que se pretende informativo e objetivo, mas que não deixou de ser opinativo e imparcial, quando se verifica que, naquele período, os jornais viviam da publicidade ou, efetivamente, eram sustentados por políticos ou partidos políticos, no caso dos dois últimos citados.

Beltrão (1960) propõe que a nomenclatura mais adequada para o “espírito” do jornalismo moderno seria o de “jornalismo eclético” e/ou o “jornalismo ideológico”, e não o de jornalismo de informação e/ou de opinião. Defendendo a ideia de que toda e qualquer frase jornalística inclui um juízo, o autor entende que a diferença existente na classificação do jornalismo deve ser de grau e não de natureza. Sendo assim, o autor define o jornalismo eclético como “aquele que não subordina os seus juízos a uma determinada doutrina, registrando os acontecimentos e como que neles pondo as inferências acaso extraídas”; enquanto o jornalismo ideológico é “aquele que possui um complexo de ideias que visa difundir e, sob cujo crivo, faz passar todos os seus julgamentos e opiniões” (BELTRÃO, 1960, p. 79). O autor considera que qualquer órgão de informação subordina as suas conclusões sobre os fatos aos princípios adotados pela linha editorial na promoção da opinião pública. Deste modo, no primeiro caso, o do jornalismo eclético, o “comentário foge a qualquer rigidez ideológica, variando de acordo com as tendências ou exigências do público num determinado contexto histórico”; diferente do jornalismo ideológico, em que “a predominância é a da orientação clara, direta, inflexível, apaixonada e, por vezes, agressiva” (Id. Ibid.).

Há ainda outra possibilidade de enquadramento do tipo de jornalismo que se praticava no Piauí, nos anos 1951 a 1954, que é o jornalismo político partidário. Conforme Rüdiger (1993), o jornalismo político partidário surge no Brasil no século XIX, a partir do momento em que os partidos políticos encarregavam-se de montar suas próprias oficinas de impressão e lançavam periódicos sob sua responsabilidade. Rüdiger (1993) pontua o terceiro quartel do século XIX como sendo o período em que a imprensa brasileira recebeu uma organização editorial e consolidou uma racionalidade de funcionamento com o surgimento das redações de jornais propriamente ditas. Na medida em que os políticos foram assumindo, progressivamente, a função social de jornalistas; o jornalismo “ganhou, com a forma político-partidária, um conceito, tornando-se meio de formação doutrinária da opinião pública” (RÜDIGER, 1993, p. 25).

Em seu estudo sobre as tendências do jornalismo no país, Rüdiger (1993, p. 24) defende que a classe política brasileira, do século XIX, transformou a imprensa em “agente orgânico da vida partidária”, tendência que continuou sendo



uma constante no Brasil no século XX, principalmente, quando se analisa a conjuntura política, social, econômica e cultural do país, que contribuiu para que o jornalismo, durante muito tempo, continuasse sendo uma atividade precária e feita por diletantismo, numa realidade histórica em que a maioria da população ainda era analfabeta ou com pouca escolaridade e de baixo poder aquisitivo. Nesse quadro, o referido autor (op. cit.) considera que o jornalismo político partidário constituiu a ideia de que o papel dos jornais deveria ser essencialmente opinativo e dedicado a veicular a doutrina dos partidos políticos na sociedade, a fim de conduzir a opinião pública. Afirma ainda o estudioso que os políticos que montavam as oficinas de jornais, no século XIX, “não visavam o lucro, mas a doutrinação da opinião pública” (RÜDIGER, 1993, p. 28).

O modelo de jornalismo político partidário do qual Rüdiger (1993) trata, permaneceu, segundo o autor, como uma tendência do jornalismo brasileiro, por um longo tempo, atravessando décadas do século XIX e século XX. Tendo como referência o Rio Grande do Sul, o autor considera que o jornalismo político partidário entrou em declínio na década de 1930, visto que a implantação do Estado Novo e a abolição dos partidos políticos culminaram com o fechamento de vários jornais gaúchos.

Na década de 1950, já no contexto da redemocratização brasileira, pode-se notar que oficinas de jornais foram montadas por partidos políticos ou políticos, para servir de arma política e de instrumento de orientação da opinião pública. Até porque, como afirma Beltrão (1960, p. 74), “os veículos de comunicação ‘independentes e noticiosos’ dos nossos dias não renunciam ao direito de opinar, salvo quando exageradamente mercenários; ao mesmo passo, os órgãos predominantemente opinativos, têm de ser imparciais e exatos nos relatos, dos quais extraem as suas deduções doutrinárias, porquanto, conforme o axioma da profissão – a informação é sagrada, mas o comentário, livre”. Essas marcas ficam ainda mais claras quando se analisa o editorial, ou seja, lugar destinado para a empresa jornalística apresentar seu ponto de vista e esclarecer sobre a linha editorial adotada. Sendo assim, o editorial “A verdade dos fatos” apresentava um discurso opinativo, geralmente, sobre a situação política do Piauí, a atuação do governador Gayoso e Almendra (1954-1958) do Partido Social Democrático (PSD), como será abordado a seguir.

### **3 FOLHA DA MANHÃ E “A VERDADE DOS FATOS”: REPRESENTAÇÃO POLÍTICA PARTIDÁRIA DA SUCESSÃO GOVERNAMENTAL PIAUIENSE DE 1958**

*Folha da Manhã* teve sua primeira edição publicada em 29 de setembro de 1957, sendo o primeiro jornal de circulação diária em Teresina. Fundado pelo deputado federal Marcos Santos Parente, o jornal *Folha da Manhã* era matutino e apresentou-se de segunda-feira a sábado com quatro páginas e no domingo com seis páginas em virtude das deficiências da energia elétrica e das condições técnicas de sua oficina.

Embora fundado pelo deputado federal Marcos Santos Parente, no expediente, o jornal é identificado como sendo de propriedade da Editora Gráfica “Folha da Manhã” Ltda. Somente no período de setembro de 1958, após o falecimento do deputado federal, 14 de maio de 1960, quando a gerência do órgão ficou sob a responsabilidade de membros da sua família, foi que o nome de Marcos Parente apareceu impresso no cabeçalho do jornal como fundador do órgão.

De acordo com o editorial “A verdade dos fatos” de 28 de fevereiro de 1958, o jornal foi idealizado por Marcos Parente com objetivo de preencher uma lacuna existente na imprensa local e tirá-la da condição de inferioridade pela falta de uma folha de circulação diária e tinha como propósito publicar informações de toda natureza. Justificava ainda que o jornal não tinha interesses de servir de instrumento de político e de interesses pessoais do deputado Marcos Parentes e do partido UDN. Nesse sentido, no editorial “A verdade dos fatos” esclarece os propósitos do jornal:

*Foi considerado o nosso caso, como demonstração de inferioridade perante o quadro estampado, que o eminente deputado Marcos Santos Parente resolveu fundar, em Teresina, uma folha diária que fosse a notícia levada aos lares, bem como as informações de toda natureza, a fim de que os nossos conterrâneos estivessem em dia com o que vai se passando pelo mundo, pelo Brasil e pelo Piauí. Não mediu sacrifício o representante piauiense. Aparelhou nossas oficinas, inclusive com linotipos, supriu falhas, providenciou os mínimos detalhes. Político, embora, não visou interesses pessoais o parlamentar esforçado e probo. Jamais se utilizou de FOLHA DA MANHÃ para propaganda de sua atividade no Congresso Nacional, onde, aliás, vem se distinguindo pelos serviços prestados à nossa gente e ao nosso Estado. Entregando-nos a direção confiou em nossa capacidade jornalística e no trabalho que iríamos desempenhar. Não interferindo diretamente na vida da empresa que instalara, nesta capital, o ilustre deputado Marcos Parente, mantém com os que trabalham nessa Casa, as melhores relações, dispensando a todos igual tratamento, com a gentileza e amabilidade que caracterizam a sua maneira de ser, como homem educado. Porisso, mesmo, todos lhe somos gratos. [...].*

*FOLHA DA MANHÃ tem, assim, o ensejo de agradecer aos seus numerosos leitores a preferência dispensada, e continua no firme propósito de trazer o público ciente de tudo que vai ocorrendo na esfera internacional e Brasil em fora, através do serviço telegráfico de que dispõe, sem deixar de fornecer a reportagem interessante e o comentário político. Não se afastará da linguagem até agora adotada, dentro da rigorosa ética jornalística, nunca, porém, ferindo a dignidade de quem quer que seja, abordando os fatos de acordo com a verdade, na sua mais elevada expressão. É o que asseguramos aos piauienses, nossos dignos conterrâneos (A VERDADE DOS FATOS. Folha da Manhã. Teresina, 28 fev. 1958, p. 1, ano I, n. 123).*

*Folha da Manhã* mantinha uma linha editorial muito afinada aos interesses políticos do partido udenista e marcava oposição ao governo estadual que tinha como representante o pessedista Gayoso e Almendra eleito para o quadriênio 1954-1958. Mesmo não se declarando como um órgão destinado a fazer propaganda política do seu idealizador e/ou do partido a qual ele pertencia, a UDN, a redação do jornal acompanhava de perto os acordos e desacordos políticos traçados entre os três maiores partidos PSD, UDN e PTB, sobretudo, em 1958 quando se inicia as articulações para a campanha eleitoral de 3 de outubro. O jornalismo desempenhado pela equipe de redação de *Folha da Manhã*, em sua maioria, era de cunho opinativo e de ideologia política partidária definida.

Informativo, político e/ou opinativo, tais categorias apresentam-se de uma forma híbrida no jornalismo de *Folha da Manhã*, em 1958. Tendência da imprensa local, na qual o jornal era usado como um dispositivo do poder autorizado para imprimir verdades sobre si e proliferar produções discursivas voltadas para os interesses políticos de seus proprietários.

Organizando-se como um lugar institucional de fala, *Folha da Manhã* estabelecia controles discursivos para formar conceitos, noções e produzir sentidos. Atentar para o surgimento do jornal nos anos 1950 e sua constituição enquanto lugar institucional de onde o jornalista produz discursos e sentidos, se faz, neste artigo, a partir da leitura de Michel Foucault (2010, p. 57), sobre a mecânica de funcionamento do poder e a figura do jornalista que recebe singularidade e autorização para informar o público leitor, com base em critérios de competência e no saber de proferir discursos, no caso o jornalístico.

O editorial de *Folha da Manhã* de 1958 denominava-se “A verdade dos fatos” e durante todo o período pesquisado o conteúdo nele abordado foi sobre a situação dos partidos políticos do Piauí e as possíveis alianças que iriam ser firmadas para a campanha eleitoral de 3 de outubro daquele ano. Vale chamar a atenção para a palavra “verdade” que compõe o título do editorial, uma vez que a ênfase na verdade da informação publicada nas páginas de *Folha da Manhã*, dialeticamente se colocava como arma política para enfrentar a batalha discursiva travada entre os órgãos de imprensa de Teresina, principalmente, entre aqueles que se prestavam serviço a favor do Governo do Estado que tinha como representante um membro do PSD. Com isso, através do discurso, a *Folha da Manhã* construía uma representação da luta política que se arquitetava entre os partidos que mantinham financeiramente as empresas e que refletiam direta e indiretamente nas práticas jornalísticas locais.

Para Foucault (2009, p. 45), a vontade de verdade ou a “verdade ideal como lei do discurso é uma racionalidade imanente como princípio de seu desenvolvimento, reconduzindo também uma ética do conhecimento que só promete a verdade ao próprio desejo da verdade e somente ao poder de pensá-la”. Nesse sentido, a verbalização da palavra “verdade” que consta no título do editorial e nos demais discursos materializados nas suas páginas carregam em seu bojo a vontade de ser aceita como matéria jornalística legítima e digna de confiabilidade do público leitor. É através deste discurso que o jornal *Folha da Manhã*, ainda como oposição ao governador Gayoso e Almendra (PSD, 1954-1958), se propõe a informar o público sobre a situação interna do PSD no período em que antecede a campanha eleitoral de 1958 e quando os partidos estão traçando alianças para lançar seus candidatos ao executivo estadual. Para tanto, a seção “Flagrantes Políticos” é publicada por sua equipe de reportagem política a fim de informar sobre os bastidores dessas alianças e desacordos que se configuram na vida política e partidária do Piauí.

O interesse do jornal é mostrar os “bastidores agitados do situacionismo” na sucessão governamental piauiense em 1958 (A VERDADE DOS FATOS. O problema sucessório. *Folha da manhã*. Teresina, 30 mar. 1958, p. 1, ano I, n. 149). Nesse intuito, afirmavam que a fase de “consultas e sugestões” de nomes para candidato do partido pessedista para o Governo do Estado ocorria com impasses entre as figuras de prestígio do PSD, ao tempo em que o governador Gayoso e Almendra afirmava publicamente pela imprensa falada que o diálogo se fazia de forma serena, a fim de esconder a crise interna do partido. De acordo com editorial de *Folha da Manhã*, a situação do PSD era grave, pois a falta de consenso, o partido se encontrava na possibilidade de perder correligionários de peso para as eleições de outubro de 1958, como, por exemplo, o senador Leônidas Melo.

Na edição de 3 de abril de 1958, afirma-se que o problema da indicação do nome do candidato a sucessão no executivo estadual teria se resolvido, na medida em que o senador Leônidas Melo teria respondido positivamente ao governador Gayoso e Almendra sobre o nome do deputado José Gayoso Freitas para concorrer a cadeira do governo estadual, desde que Hugo Napoleão fosse o candidato a senador. Entretanto, na edição seguinte, de 15 de abril de 1958, o assunto é retomado com novos esclarecimentos, ou seja, é noticiado que a candidatura do deputado José Gayoso Freitas está praticamente lançada pelo PSD e que Leônidas Melo teria se manifestado a favor e concordado também com a candidatura de Sigefredo Pacheco ao Senado.

Além disso, nota-se que o editorial de *Folha da Manhã* tem interesse de dar visibilidade a “fraqueza” do governador pessedista Gayoso e Almendra (PSD) para resolver o problema da sucessão ao executivo estadual. Com isso, o governador do PSD é visto como incapaz de resolver o problema interno do partido e ainda é representado discursivamente como um gestor de “inabilidade política”, “excessiva vaidade” e “espírito oligárquico”. No editorial de 30 de março de 1958, a redação de *Folha da Manhã* ainda encampa algumas denúncias sobre o processo eleitoral do Piauí e as práticas de suborno, violência e fraude ao rebater as afirmações feitas pelo governador Gayoso e Almendra na imprensa falada de que o PSD sairia vitorioso nas eleições de 1958.

Desse modo, o editorial de *Folha da Manhã* afirmava que mantinha a vitude de esclarecer o panorama político do Piauí, “muito confuso”, como se podia observar frente a “verdade dos fatos reinantes” e “diante da verdade que os fatos” estavam demonstrando desde o início da briga eleitoral entre os partidos e que se refletia nos discursos jornalísticos, traduzindo no pensamento iluminista de que os fatos apresentados pela equipe de redação são provas que os levava à “luz da verdade” dos acontecimentos políticos e partidários do Piauí. Ou seja, a verdade firmada/atestada nos fatos. Geralmente, finalizava-se o editorial com uma frase construída com as palavras “verdade” e “fato” ou com a expressão que dava lhe titulava “verdade dos fatos”, no sentido de que o discurso apresentado pelo jornal era uma verdade “inquestionável”, “indiscutível”, “inelutável”, “insofismável”, “inexorável”, “inconcussa”, “incontestável” porque era pautado com base nos fatos e era “fácil se inferir da verdade que não falha no julgamento dos fatos” sobre o problema sucessório do PSD e seus impasses internos. (A VERDADE DOS FATOS. O problema sucessório. Folha da manhã. Teresina, 20 mar. 1958, p. 1, ano I, n. 140).

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As informações materializadas na superfície do discurso jornalístico contribuem para a sistematização do processo de construção da representação política e partidária no editorial “A verdade dos fatos” em torno da sucessão governamental piauiense de janeiro a setembro de 1958. Neste período, o agendamento do debate público esteve condicionado aos interesses políticos e partidários de *Folha da Manhã* e os enquadramentos usados para dar visibilidade aos bastidores das ações dos partidos políticos para o lançamento dos seus respectivos candidatos para o Governo do Estado.

Assim, a *Folha da Manhã* apresentou duas imagens das alianças políticas que se estabeleceram entre os partidos políticos que se preparavam para lançar seus respectivos candidatos para o pleito de 1958. Por um lado, avaliavam que a UDN apresentava-se estável e confiante frente a formação da coligação com o PTB e lançaria o nome de Demerval Lobão como candidato das Oposições Coligadas (UDN-PTB). Por outro lado, apontava que a gravidade da situação interna do PSD como sendo completamente diferente da oposição. Vivia-se uma crise interna no PSD, sobretudo, porque o Governador Gayoso e Almendra (1954-1958) não resolvia os impasses das negociações a respeito do caso da sucessão por falta de entendimentos entre os diversos grupos que compõem o PSD, fato que se concretiza com a renúncia de Pires Gayoso da presidência do partido em abril de 1958. Vale ressaltar que a falta de harmonia dos governistas e desarticulação interna do partido é representada pelo jornal *Folha da Manhã* como reflexo da fraqueza do governador pessedista Gayoso e Almendra (PSD) para resolver o problema da sucessão ao executivo estadual.

#### REFERÊNCIAS

- ABREU, A. A. de (org.) (1996). *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 1950*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas.
- BELTRÃO, L. (1980). *Jornalismo de opinião*. Porto Alegre, RS: Sulina/ARI.
- BELTRÃO, L. (1960). *Iniciação à filosofia do jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir.
- FOUCAULT, M. (2010). *A arqueologia do saber*. [Trad. Luiz Felipe Baeta Neves]. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- FOUCAULT, M. (2009). *A ordem do discurso*. Aula inaugural no College de France, pronunciada em 2 de Dezembro de 1970. [Trad. de Laura Fraga de Almeida Sampaio]. 19. ed. São Paulo: Edições Loyola.
- LIMA, N. C. (2014). *Relações de poder e práticas jornalísticas em O Dia, A Cidade e Jornal do Piauí (1951 a 1954)*. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, RS. (Tese de Doutorado).
- LIMA, F. de S. (2011). *Imprensa e discurso político: as disputas pelo poder no governo de Chagas Rodrigues (Piauí, 1959-1962)*. Universidade Federal de Pernambuco. Recife. (Dissertação de Mestrado).
- MAROCCO, B. (2010). *O controle discursivo que toma forma e circula nas práticas jornalísticas*. (Projeto de Pesquisa apresentado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico).
- MELO, J. M. de (1973). *Sociologia da imprensa brasileira: a implantação*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- MELO, J. M. de (1985). *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- RIBEIRO, A. P. G. (2007). *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers.
- RÜDIGER, F. (1993). *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: UFRGS.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

---

## “Descripción de una nueva área temática en la investigación sobre Periodismo a partir del surgimiento del concepto de posverdad y de las noticias falsas”

“Description of a new theme area of research on Journalism since the emergence of the post-truth concept and fake news”

*Patricia María Nigro<sup>212</sup>*

**RESUMEN:** Desde 2016, cuando se eligió a “posverdad” como palabra del año, emergió una nueva área de investigación en los Estudios de Periodismo. El objetivo de esta ponencia describir esa área. Se delimita, en primer lugar, el concepto de posverdad para luego analizar las causas del auge de las “noticias falsas”. Se señala, asimismo, cómo empiezan a conocerse y a multiplicarse las organizaciones de chequeo de datos y cómo la prensa, la academia y las redes sociales intentan controlar la verdad de los hechos que difunden. Luego, se resignifica la *News literacy* o Alfabetización en Prensa como asignatura para los más jóvenes. Finalmente, se sistematizan los esfuerzos académicos para abordar el área vasta y acuciante: publicaciones, sitios *web*, cursos, conferencias y talleres, libros. Así, se concluye con un retorno a las fuentes para restablecer la confianza las prácticas periodísticas.

**PALABRAS CLAVE:** Posverdad- Noticias falsas-Chequeo de datos.

**ABSTRACT:** Since 2016, when post-truth was chosen as word of the year, emerged a new theme area of research in the field of journalism. The goal of this work is to describe that area. In first place, it defines the limits of post-truth concept. It is explained how fact-checking organizations have become famous and increased and how the press, the academy and social media try to control the truth of the facts published by them. Then, it rethinks about *News literacy* as subject for the children. Finally, there are some systematic academic efforts to research this wide and compelling area: papers, web sites, courses, talks, workshops, books. The conclusion develops a return to the sources in order to restore the trust in journalistic practices.

**KEY WORDS:** Post-truth concept- Fake News- Fact-checking.

---

### INTRODUCCIÓN

#### TEMA, OBJETIVO, ENCUADRE Y ENFOQUE METODOLÓGICO

Desde que el mundo periodístico, político y académico, se vio sorprendido por el auge de la posverdad, de los hechos alternativos, de las noticias falsas y de los chequeadores de datos, autores de todo tipo comenzaron a escribir, a analizar la nueva realidad que afecta-podríamos decir- al centro mismo de la práctica periodística: su credibilidad. Esta, más que nunca, se basa en la ética de sus profesionales y los obliga a replantearse si los hechos siguen siendo sagrados o si cambiarán sus estándares de calidad.

Consideramos que, así como en distintos momentos, el periodismo cívico, la digitalización de las redacciones y el periodismo de datos, causaron (y causan) reacomodamientos y mejoras en los productos periodísticos, hoy, con los cursos, las publicaciones y entrevistas sobre estos temas, es momento para plantear esa nueva área.

Este cambio del contrato de lectura (Verón: 1985) periodística se inició en 2016 con tres hechos sorprendidos: el triunfo de Donald Trump en las elecciones presidenciales en los Estados Unidos de América; el *Brexit*, y el NO a la paz del plebiscito colombiano. A partir de allí, hubo una copiosa producción de artículos y ensayos, notas en diarios, entrevistas a especialistas de la Comunicación Social, de la Política, de organizaciones no gubernamentales, encuestas a lectores de prensa gráfica y digital, todos aportaron algo al respecto. Porque lo que ha sucedido no es un mero cambio de soporte: se trató de un cambio de paradigma en la definición de los estándares de calidad periodística. Cambio que obliga a un retorno a las fuentes éticas de la actividad pero también a una mejora sustancial de sus prácticas cotidianas. Cambio que involucra una pluralidad de actores sociales y que apunta a la esencia misma de la vida democrática.

---

<sup>212</sup> Patricia María Nigro, Facultad de Comunicación, Universidad Austral, Doctora en Comunicación Social, Argentina, nigropatricia@gmail.com

Esta ponencia es, desde lo metodológico, un ensayo descriptivo que se basa, fundamentalmente, en el análisis de un corpus formado por documentos escritos y orales, referidos a estos temas. Luego, intenta visibilizar esa nueva área de investigación en los Estudios sobre el Periodismo. De este modo, el objetivo principal es explicar qué conceptos comprende esa área, qué temas afronta y por qué es necesaria.

## DESARROLLO

### CONCEPTOS CLAVE DE UNA NUEVA ÁREA DE LOS ESTUDIOS SOBRE PERIODISMO

A fines de 2016, el *Oxford Dictionary* (2016) eligió “post-truth” como palabra del año. En diciembre de 2017, la palabra entró en el *Diccionario de la lengua*. Siguiendo a Grijelmo (2017), la posverdad refleja aquello que las personas sienten ante un estímulo, sus emociones respecto de una idea o de un líder, sus sensaciones subjetivas y que priman en las decisiones que toman y que resultan así más importantes para ellos que la verdad misma.

Asimismo, para muchos autores, la posverdad es una mentira (Berckemeyer: 2016; Molina: 2017; Torres: 2017). Una mentira que convence, porque apela a nuestras emociones o creencias. Aristóteles (1999), en la *Retórica*, había llamado a estas estrategias persuasivas: falacias (Perelman y Olbrechts-Tyteca: 1989 y Nigro y Blaquier: 2014). En la posverdad, abundan las falacias de apelación a la emoción (ad misericordiam), de ataque al otro y no a sus argumentos (ad hominem), de apelación a la tradición, la falacia estadística, la ambigüedad, la generalización, la simplificación, entre otras.<sup>1213</sup>

Cuando el jefe de prensa del presidente Trump mintió a los periodistas sobre cuánta gente había ido a su asunción, la directora de campaña- confrontada en una entrevista televisiva- afirmó que su colega no había mentido sino que había narrado los “hechos alternativos” (*alternative facts*). Nació otro concepto conectado directamente con la posverdad (Abramson: 2017; Graham: 2017).

Esta crece en la medida en que las redes sociales viralizan las llamadas noticias falsas (“fake news”) (Nafria, 2017). Es fácil para un periodista retuitear o repostear lo que otro tuiteó o posteó, sin investigación previa y así propagar las noticias falsas. A estas, se suman los tuiteros falsos (los *trols*) y los *bots* (Fernández, 2017). Siempre existieron noticias falsas. Según Amado (2017) fue Orson Wells su inventor cuando, el 30 de octubre de 1938, transmitió *La guerra de los mundos*.

#### *La labor de las organizaciones de chequeos de datos o “fact-checkers”*

Enumeramos algunas organizaciones que trabajan en chequeo de datos. Chequeado (2010), sitio argentino, está en línea desde 2010. Es el primer sitio de América latina de verificación del discurso público. Llevó su método a los países hermanos. Existen, por supuesto, organizaciones de diarios en inglés, de universidades, de distintas ONG y la asociación que las engloba: *Polifact* (2018).

Los *fact-checkers* tipifican las noticias falsas y proponen métodos para verificar los datos y para comunicarlos al público (Echevarría: 2017). ¿Qué tipo de noticias falsas encontramos? Seguimos, en esto, a la organización *First Draft* (2017):

- 1) Sátira o parodia.
- 2) Contenido engañoso.
- 3) Contenido impostor: se da cuando el que habla o escribe no conoce el tema y toma frases de otro y las atribuye falsamente.
- 4) Contenido fabricado.
- 5) Conexión falsa: En *Twitter*, muchos tuits tienen enlaces que nadie abre. Los usuarios diseminan mensajes basándose en el título.
- 6) Contexto falso: el sentido de una expresión se juega en un contexto o situación comunicativa dada. Cambiar la situación comunicativa es cambiar el sentido del mensaje (Hymes, 1974).
- 7) Contenido manipulado: fotos, gráficos o videos que pueden alterarse (Marzal Felici y Casero Ripollés: 2017; Pellicer: 2017).

A continuación, damos técnicas básicas para detectar noticias falsas tomadas de IFLA: 2017.

- 1) Revisar quién es la fuente.
- 2) Averiguar quién es el autor.
- 3) Revisar las fechas.
- 4) Reflexionar sobre la posición del autor en ese tema.
- 5) Leer connotativamente.
- 6) Buscar las fuentes a las que el texto se refiere.
- 7) Pensar si no es una ironía o broma.

<sup>1213</sup> Falacia es cualquier razonamiento indebido (es decir, no construido correctamente) pero que es convincente. Las falacias podían ser intencionales o no (Nigro y Blaquier: 2014).

8) Preguntar a los que saben: usar las mismas redes para preguntar a los expertos en el tema.<sup>214</sup>

### **¿POR QUÉ NOS RESULTA FÁCIL CREER EN LAS NOTICIAS FALSAS?**

La razón humana se basa, en gran parte, en la sociabilidad. El hombre es, para Aristóteles, *zoón politikón* (animal que vive en sociedad). Es decir que nuestra capacidad de juicio está condicionada por lo que piensa nuestra comunidad.

Rolbert (2017) revisó diferentes investigaciones que demuestran que la razón y la evidencia no nos hacen cambiar de opinión. Algunos fenómenos sobre cómo pensamos son:

1. El «sesgo de confirmación»: característica del intelecto humano que tiende a buscar la información que fortalece sus creencias y debilita las opuestas.
2. La «ilusión de la profundidad explicativa»: fenómeno por el cual siempre creemos que sabemos más de lo que en verdad sabemos.
3. Los “sentimientos fuertes”: no surgen de una racionalidad profunda. Las neurociencias demuestran un aumento de la dopamina, cuando la gente encuentra que alguna de sus creencias es confirmada. Por eso, en las redes, opinamos lo mismo que nuestros seguidores o seguimos a los que opinan lo mismo que nosotros. Algunos llaman a este fenómeno vivir en una “burbuja informativa” (Prego, 2016). Esto, indirectamente, multiplica las noticias falsas.
4. Las “respuestas complejas y correctas”: son las atraen. Las simples pero incorrectas son cómodas y se apoyan en nuestra pereza intelectual.

### **LA NEWS LITERACY O ALFABETIZACIÓN EN PRENSA COMO ASIGNATURA**

Hace años, se la llamaba lectura crítica del diario y el problema central era distinguir entre hechos y opiniones. Ahora la situación es más compleja. Por eso, creemos importante resignificar esta labor educativa. Si no sabemos si lo que nos dicen que es un hecho es realmente un hecho, urge aprender a chequear los datos publicados con la realidad.

Brindamos dos ejemplos de cursos en línea sobre la *Newsliteracy*: el del *Poynter Institute* (2017). Sobre *fact-checking* y periodismo de datos, *The Knight Center for Journalism in the Americas* (2017) dictó un curso en español.

Existen muchos sitios de Internet para enseñar a chequear datos en la escuela o en la universidad. Los más completos son, hasta ahora, *The News Literacy Project* (2018) o *checkology.org*.

#### *Esfuerzos académicos para abordar esta nueva área de los Estudios del Periodismo*

La universidad debe abrirse al resto del sistema educativo y capacitar a los docentes de los niveles medios y primarios, así como las distintas organizaciones de medios ofrecen cursos sobre chequeo de datos y *News Literacy*.

Sanchez Díez (2017) enfatiza que los mismos medios deben colaborar en la educación de los ciudadanos y brindar servicios informativos de calidad. Así, los medios han de asesorar a las facultades de periodismo. Es útil que los estudiantes estén en las redacciones por su entusiasmo, su conocimiento de la vida digital y por todo lo pueden aprender de los periodistas profesionales.

## **PRINCIPALES REFLEXIONES Y CONCLUSIONES**

### **PARA CONCLUIR, PLANTEAMOS DOS REFLEXIONES.**

1) Sobre una nueva área de investigación en Estudios sobre los Medios. Hemos visto todos los temas que deben ser abordados en profundidad para mejorar la calidad de las producciones periodísticas (Universidad de Externado de Colombia: 2017 y Cebrián: 2018). Orihuela (2018) afirma:

*A pesar de que la desinformación no es un tema nuevo en el ámbito de los estudios sobre Comunicación, hay que asumir que la transformación del escenario de la información que han producido Internet y las redes sociales confiere una nueva dimensión a los fenómenos de manipulación informativa. Hay que estudiar y educar acerca de la naturaleza, mecanismos e impactos sociales, políticos y económicos de los trastornos de la información.*

¿Cuáles serían los ejes de esta nueva área de investigación? Los hemos recorrido pero ahora los sintetizamos en orden: Posverdad (concepto, hechos alternativos, falacias, formación de creencias); Noticias falsas (tipos, modos de reconocimiento, organizaciones de *fact-checking* y sus funciones); *News Literacy* (propuestas para enseñar a chequear datos y desarrollar el pensamiento crítico en los jóvenes); Prensa y Redes (efectos de la viralización, modos de usar las redes por parte

<sup>214</sup> Cfr. Boczcowski, P. y Arguete, N. (2017) y Orihuela, J. (2018).

de los periodistas, creación de equipos de redes sociales en los medios (ADEPA: 2017); Restablecimiento de la confianza en el periodismo (propuestas, cursos, redefinición de la calidad y de la ética periodística).

2) La pérdida de confianza en las publicaciones periodísticas: este es un fenómeno que se ha profundizado notablemente. Por un lado, una mayoría del público no se informa ya por los medios tradicionales y, por el otro, los trabajos empíricos evalúan cómo esa confianza decrece (Boczkowski: 2017; Rosen: 2017; *Nieman Reports*: 2018 y Williams: 2018). Rosen propone abrir las prácticas periodísticas a la participación de los lectores; *Nieman Reports* ofrece estrategias para recuperar la confianza y Williams subraya el peligro de esa pérdida para la vida democrática, en la que el periodismo fue históricamente la voz de los que no tienen acceso a la información. Proponemos, al fin, una vuelta a la esencia periodística. Abogamos por un retorno al chequeo y comparación de fuentes, práctica fundamental. Empezar por el principio es, tal vez, un buen modo de restablecer la confianza en las prácticas periodísticas.

## BIBLIOGRAFÍA

### a) TEXTOS DEL CORPUS CONSIDERADO

- Abramson, J. (2017), "Los hechos alternativos son solo mentiras, no importa lo que sostenga Kellyanne Conway". Recuperado de <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jan/23/kellyanne-conway-alternative-facts-lies>, consulta 1 de marzo de 2017.
- ADEPA.org. (2017). "Equipos de redes sociales: el arma secreta contra la desinformación". Recuperado de [http://adepa.org.ar/equipos-de-redes-sociales-el-arma-secreta-contra-la-desinformacion/?utm\\_medium=email&utm\\_source=Newsletter\\_ADEPA&utm\\_campaign=Tendencias\\_globales\\_de\\_la\\_prensa\\_2017%3a\\_Llega\\_una\\_era\\_enfocada\\_en\\_la\\_audiencia&utm\\_content=Tendencias\\_globales\\_de\\_la\\_prensa\\_2017%3a\\_Llega\\_una\\_era\\_enfocada\\_en\\_la\\_audiencia+MsgID\\_JNAC317523](http://adepa.org.ar/equipos-de-redes-sociales-el-arma-secreta-contra-la-desinformacion/?utm_medium=email&utm_source=Newsletter_ADEPA&utm_campaign=Tendencias_globales_de_la_prensa_2017%3a_Llega_una_era_enfocada_en_la_audiencia&utm_content=Tendencias_globales_de_la_prensa_2017%3a_Llega_una_era_enfocada_en_la_audiencia+MsgID_JNAC317523), consulta 30 de junio de 2017.
- Amado, A. (2017). "Con ustedes Orson Wells, el inventor de las *fake news*". Recuperado de <http://wetoker.com/orson-welles-el-inventor-de-las-fake-news/>, consulta 2 de enero de 2018.
- Berckemeyer, F. (2016). "La mentira de la posverdad". En Revista Uno: pensamiento independiente para tomadores de decisiones, N° 27, pp. 26-27. Recuperado de <http://www.revista-uno.com/>, consulta 1 de junio de 2017.
- Boczkowski, P. (2017). "Las noticias falsas y el futuro del periodismo. La postverdad". Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-postverdad/>, consulta 2 de marzo de 2017.
- Boczkowski, P. y Aruguete, N. (2017). "*Fake news*: qué es lo nuevo y qué se puede hacer para enfrentarlas". Buenos Aires, Universidad Torcuato Di Tella, 30 de marzo. Recuperado de [http://www.utdt.edu/ver\\_evento\\_agenda.php?id\\_evento\\_agenda=3601&id\\_item\\_menu=440](http://www.utdt.edu/ver_evento_agenda.php?id_evento_agenda=3601&id_item_menu=440), consulta 12 de abril de 2017.
- Cebrián, J. (2018). "La prensa libre, frente a la posverdad". Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2109186-la-prensa-libre-frente-a-la-posverdad>, consulta 15 de febrero de 2018.
- Chequeado. La verificación del discurso público. (2010). Recuperado de [chequeado.com](http://chequeado.com), consulta 20 de enero de 2018.
- Clases de Periodismo. (2017). "*Fake news* (noticias falsas) es la palabra del año en 2017". Recuperado de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2017/11/02/fake-news-noticias-falsas-es-la-palabra-del-ano-en-2017/>, consulta 12 de diciembre de 2017.
- Echevarría, B. (2017). "Más 'fast-checking' contra la posverdad". Recuperado de <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/mas-fast-checking-la-posverdad/>, consulta 13 de junio de 2017.
- First Draft*. (2017). "Noticias falsas. Es complicado". Recuperado de <https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado/>, consulta 15 de agosto de 2017.
- Graham, D. (2017), "Los hechos alternativos: las innecesarias mentiras de la administración Trump". Recuperado de <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2017/01/the-pointless-needless-lies-of-the-trump-administration/514061/>, consulta 5 de febrero de 2017.
- Grijelmo, A. (2017). "La posverdad salta al diccionario". Recuperado de [http://cultura.elpais.com/cultura/2017/06/29/actualidad/1498755138\\_986075.html?id\\_externo\\_rsoc=TW\\_CC](http://cultura.elpais.com/cultura/2017/06/29/actualidad/1498755138_986075.html?id_externo_rsoc=TW_CC), consulta 30 de junio de 2017.
- Fernandez, P. (2017). "El mundo secreto de los bots y los trolls... y cómo esos 'ejércitos' influyen en la política". Recuperado de [http://www.chequeado.com/investigacion/el-mundo-secreto-de-los-bots-y-los-trolls-y-como-esos-ejercitos-influyen-en-la-politica/?utm\\_content=buffer8ba36&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer](http://www.chequeado.com/investigacion/el-mundo-secreto-de-los-bots-y-los-trolls-y-como-esos-ejercitos-influyen-en-la-politica/?utm_content=buffer8ba36&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer), consulta 3 de enero de 2018.
- IFLA. (2017). "Cómo las bibliotecas pueden ayudar a conseguir soluciones reales para las noticias falsas". Recuperado de <https://www.ifla.org/ES/node/11631>, consulta 3 de octubre de 2017.
- Molina, D. (2017). "La posverdad es mentira". Recuperado de <http://www.rionegro.com.ar/columnistas/la-posverdad-es-mentira-YA2103753>, consulta el 10 de febrero de 2017.
- Nieman Reports*. (2018). "*Five tools to rebuild trust in media*". Recuperado de <http://niemanreports.org/articles/five-tools-to-rebuild-trust-in-media/>, consulta 8 de enero de 2018.

- Oxford Dictionaries. (2016). "Posverdad, la palabra del año 2016". Recuperado de <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>, consulta 15 de diciembre de 2016.
- Polifact. *Fact-checkin US Politic*. (2018). Recuperado de <http://www.politifact.com>, consulta 20 de enero de 2018.
- Prego, V. (2016). "Burbujas informativas". En Revista *Uno: pensamiento independiente para tomadores de decisiones*, N° 27, pp. 20-21. Recuperado de <http://www.revista-uno.com/>, consulta 1 de junio de 2017.
- Rolbert, E. (2017). "Por qué los hechos no nos hacen cambiar de ideas". Recuperado de [http://www.newyorker.com/magazine/2017/02/27/why-facts-dont-change-our-minds?mbid=nl\\_TNY%20Template%20-%20With%20Photo%20\(139\)&CNDID=27041419&spMailingID=10502668&spUserID=MTMzMTgyODAzNzQ2S0&spJobID=1101981301&spReportId=MTEwMTk4MTMwMQS2](http://www.newyorker.com/magazine/2017/02/27/why-facts-dont-change-our-minds?mbid=nl_TNY%20Template%20-%20With%20Photo%20(139)&CNDID=27041419&spMailingID=10502668&spUserID=MTMzMTgyODAzNzQ2S0&spJobID=1101981301&spReportId=MTEwMTk4MTMwMQS2), consulta 3 de marzo de 2017.
- Rosen, J. (2017). "Show your work: The new terms for trust in journalism". Recuperado de <http://pressthink.org/2017/12/show-work-new-terms-trust-journalism>, consulta 5 de enero de 2018.
- Sánchez Díez, M. (2016). "Por qué es importante que los medios colaboremos con escuelas de periodismo". Recuperado de <https://medium.com/univision-beta/m%C3%A1s-all%C3%A1-de-las-pr%C3%A1cticas-por-qu%C3%A9-es-importante-que-los-medios-colaboremos-con-escuelas-de-f71a3e77e058>, consulta 10 de junio de 2017.
- Torres, A. (2017). "Posverdad (mentira emotiva): definición y ejemplos". Recuperado de <https://psicologiyamente.net/social/posverdad>, consulta 10 de marzo de 2017.
- Universidad Externado de Colombia. (2017). "Los retos del periodismo en la era de la 'posverdad'". Recuperado de <https://www.uexternado.edu.co/comunicacion-social-periodismo/los-retos-del-periodismo-la-la-posverdad/> consulta 11 de febrero de 2018.

## b) BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Amón, R. (2016). "Posverdad: palabra del año". Recuperado de [https://cdn.ampproject.org/c/internacional.elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268\\_308549.amp.html](https://cdn.ampproject.org/c/internacional.elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.amp.html), consulta el 12 de diciembre de 2016.
- Aristóteles. (1999). *Retórica*. Edición del texto con aparato crítico, traducción, prólogo y notas por Antonio Tovar. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 4ª edición.
- Hymes, D. (1974). *Foundations of Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Knight Center for Journalism in the Americas. (2017). "Knight center offers new free course in Spanish". Recuperado de <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-18880-knight-center-offers-new-free-course-spanish-fact-checking-and-data-journalism-registe>, consulta 2 de noviembre de 2017.
- Marzal Felici, J. y Casero Ripollés, A. (2017). "El fotoperiodismo en la era de la posverdad". En *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº13. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación *adComunica* y *Universitat Jaume I*, 11-17. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2017.13.1>, consulta 29 de mayo de 2017.
- Nafria, I. (2017). "Las pautas de *The New York Times* sobre el uso de las redes sociales por parte de sus periodistas (traducción al español)". Recuperado de [http://www.ismaelnafria.com/2017/10/20/las-pautas-de-the-new-york-times-sobre-el-uso-de-las-redes-sociales-por-parte-de-sus-periodistas-traduccion-al-espanol/amp/?\\_\\_twitter\\_impression=true](http://www.ismaelnafria.com/2017/10/20/las-pautas-de-the-new-york-times-sobre-el-uso-de-las-redes-sociales-por-parte-de-sus-periodistas-traduccion-al-espanol/amp/?__twitter_impression=true), consulta 3 de enero de 2018.
- Nigro, P. y Blaquier, A. (2014). *Desnudando el discurso político. Falacias, políticos y periodistas*. Buenos Aires: Biblos.
- Orihuela, J. (2018). "Trastornos de la información (mejor que *fake news*). Breve guía de autodefensa frente a la desinformación". Recuperado de <https://medium.com/@jljlori/trastornos-de-la-informacion-c3%B3n-mejor-que-fake-news-7a9ae44f7cc7>, consulta 30 de enero de 2018.
- Pellicer, M. (2017). "Visual Trumpery: los gráficos que cuentan mentiras". Recuperado de <https://miquelpellicer.com/2017/06/visual-trumpery-los-graficos-para-contar-mentiras/>, consulta 25 de junio de 2017.
- Perelman, C. y Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La Nueva Retórica*. Madrid: Gredos.
- Poynter Institute. (2017). "Cursos en línea". Recuperado de [https://www.newsu.org/poynter-news-literacy-certificate?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=digest&utm\\_content=litcert](https://www.newsu.org/poynter-news-literacy-certificate?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=digest&utm_content=litcert), consulta 10 de junio de 2017.
- Verón, E. (1985). "El análisis del 'Contrato de Lectura', un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media". En "*Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*". París, IREP.
- The News Literacy Project*. (2018) Recuperado de <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, consulta 4 de enero de 2018.
- Williams, B. (2018). "As the threat of 'fake news' to democracy grows, public trust in the media wavers". Recuperado de <https://sunlightfoundation.com/2018/01/29/as-the-threat-of-fake-news-to-democracy-grows-public-trust-in-the-media-wavers/>, consulta 2 de febrero de 2018.



Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

# A crise do jornalismo na sociedade da inflação das informações

## The journalism crisis in the society of the information inflation

### La crisis del periodismo en la sociedad de la inflación de la información

Dennis de Oliveira <sup>215</sup>

**RESUMO:** Observa-se uma crise na credibilidade no jornalismo expresso pela queda na preferência por outras narrativas midiáticas não jornalísticas em uma sociedade marcada pela inflação de informações. Neste artigo, defende-se que esta crise na credibilidade decorre de alterações nos arranjos institucionais da sociedade capitalista em que a figura do sujeito-cidadão é eclipsada pela do consumidor.

**PALAVRAS CHAVE:** jornalismo e sociedade da informação – crise do jornalismo – jornalismo e credibilidade

#### 1. O FIM DE UMA AVENTURA

Observar a história do jornalismo como modalidade singular de comunicação é articulá-la com a emergência da sociedade liberal-burguesa. Para pensadores como Ciro Marcondes Filho, “a história do jornalismo reflete de forma bastante próxima a própria aventura da modernidade” (Marcondes Filho, 2002); para Adelmo Genro Filho, o jornalismo é uma ação cultural típica da sociedade capitalista-liberal ao possibilitar o compartilhamento de imediatividades, condição necessária para o exercício desta tipologia de sujeito que é o “cidadão” (Genro Filho, 1987); Eugenio Bucci define que jornalismo e democracia são irmãos gêmeos, um não vive sem o outro (Bucci, 2000) e Bernardo Kucinsky defende que jornalismo se define por uma ética (Kucinsky, 2004).

Estes *frames* conceituais de diversos autores, com suas diferenciações conceituais sinalizam para que se situe o jornalismo dentro de um arranjo institucional específico, a sociedade democrática-liberal. Por isto, as críticas que se fazem ao jornalismo é quando este, por diversas condições, sejam internas, externas, estruturais ou funcionais (dependendo dos enfoques teóricos dos pesquisadores) se afasta dos princípios éticos e morais do ordenamento liberal.

Entretanto, o momento atual traz novos desafios para se pensar o jornalismo. Vários fenômenos sinalizam para uma “crise do jornalismo”: queda das tiragens dos veículos impressos; queda na audiência dos programas jornalísticos em televisão e rádio; redução dos investimentos na produção de conteúdo informativo; precarização e aviltamento das condições de trabalho dos profissionais nas redações – tudo alimentado com um crescimento das críticas e questionamentos das informações veiculadas.

Proprietários de veículos impressos, em especial, responsabilizam a emergência das tecnologias da informação e comunicação com o principal fator que levou a esta queda nas audiências, em outras palavras, a possibilidade de se ter acesso a informação gratuita via estas tecnologias seria uma “concorrência desleal” com veículos que cobram pelo acesso ao seu conteúdo, como é o caso dos veículos impressos. Entendemos que esta ideia tem sentido porém não é o principal fator, até porque antes das TICs outros suportes de veiculação informativa gratuita já existiam, como a TV aberta e o rádio.

O que de fato tem ocorrido é uma queda consistente na credibilidade da informação veiculada pelos suportes tradicionais de comunicação jornalística. E isto está diretamente vinculado com a crise nos arranjos institucionais da ordem liberal-democrática por conta da nova arquitetura produtiva do capital, que denominamos como “ação direta do capital”.

Este artigo pretende abordar estes dilemas do jornalismo buscando referenciar-se não apenas nos fenômenos intrínsecos da atividade mas fundamentalmente nas mudanças do ordenamento social. Pois o que nos interessa discutir é se este sujeito constituído nesta arquitetura da ação direta do capital **necessita** deste compartilhamento de imediatividades ou de uma estrutura institucional “vigilante” dos poderes de Estado. Em outras palavras, esta aventura da modernidade não chegou ao seu fim?

<sup>215</sup> Professor associado da Universidade de São Paulo, doutor e livre-docente em Jornalismo, Informação e Sociedade. E-mail: dennisol@usp.br

## 2. A CRISE DO JORNALISMO: DO CÉU DO WATERGATE AO INFERNO DO CASO JAYSON BLAIR

Dois momentos importantes nos últimos 50 anos são simbólicos da ascensão e queda da credibilidade do jornalismo. O primeiro foi em junho de 1972, quando o jornal estadunidense *Washington Post* dá início a série de coberturas do escândalo que ficou conhecido como “Watergate” – a colocação de escutas na sede do Partido Democrata por agentes do serviço secreto dos EUA usados em prol da campanha dos republicanos. A série de reportagens assinada pelos jornalistas Carl Bernstein e Bob Woodward demonstrou a utilização de estruturas de segurança pública para benefícios partidários, no caso, a reeleição do presidente republicano Richard Nixon.

As reportagens dos dois jornalistas demonstraram que o próprio presidente reeleito tinha conhecimento das operações ilegais e, mais que isto, tentou apagar as provas que mostravam o seu envolvimento. Graças a esta denúncia, Nixon chegou a ir para julgamento de impeachment por parte da Suprema Corte, mas renunciou antes, em 9 de agosto de 1972.

O caso foi tema de vários filmes, sempre centrando o papel que o jornalismo investigativo teve na elucidação do escândalo e o grau de liberdade de imprensa existente na nação estadunidense que permite que até um presidente da República seja investigado e obrigado a renunciar. É o ápice do princípio do quarto poder, do cão de guarda, cânones do papel da imprensa no ordenamento liberal-democrático.

Do ponto de vista simbólico, este episódio é um marco na credibilidade do jornalismo. Interessante notar que nos filmes em que este caso é retratado, a postura messiânica dos repórteres em busca da “verdade”; em especial na película *Todos os homens do presidente*, de Alan Pakula.<sup>216</sup> Algumas características são interessantes neste episódio: primeiro, o papel da fonte em off<sup>217</sup> – o *Garganta Profunda*<sup>218</sup> – que aparece como um orientador da investigação jornalística e não como o denunciante, ou aquele cujas declarações serviram como base para a produção das reportagens; segundo, a preocupação com a checagem das informações obtidas por meio da busca de declarações de outras fontes antes de decidir qualquer publicação. O rigor metodológico na apuração jornalística é um elemento destacado na retratação deste episódio no filme citado. Assim, mais que o poder da imprensa em derrubar um presidente, a mensagem que se passou foi o rigor na apuração das informações que reforça a credibilidade. Não se trata apenas de um quarto poder, mas um poder crível.

Por isto, consideramos este episódio um marco na cristalização do jornalismo como contrapoder, como a instituição “fiscalizadora” dos poderes constituídos. Destacamos ainda que este episódio ocorreu em um momento que no Brasil vivia-se sob o período mais obscuro da ditadura militar, com a vigência do AI-5, da Lei de Imprensa, da Lei de Segurança Nacional e outros entulhos autoritários que iam na contramão deste ordenamento liberal. A sedução que este episódio gerou em países nos quais a imprensa estava totalmente sob controle por conta de leis repressivas foi enorme.

Passaram-se quase 41 anos até que em 2003 vem o caso Jayson Blair, repórter do New York Times, laureado com vários prêmios. Em 11 de maio daquele ano, o diário nova-iorquino publicou:

*O repórter, Jayson Blair, 27, enganou leitores e colegas do Times com despachos que ele fingia ser de Maryland, Texas e de outros estados, quando geralmente estava distante dali, em Nova York. Ele inventou comentários. Ele forjou situações. Ele usou material de outros jornais e serviços de notícias. Ele manipulou detalhes de fotografias para criar a impressão de que havia estado em certo lugar ou visto certa pessoa, quando na verdade não tinha.’ – The New York Times, 11 de maio de 2003.*

O episódio gerou um grande escândalo nos meios jornalísticos nacionais e internacionais, principalmente por ter acontecido em um veículo de prestígio mundial como o New York Times. Robert Leger, presidente da Society of Professional Journalists dos EUA afirmou que “se isto pode acontecer no NYT, então deve acontecer em todo o lado”. Por isto que se tratou não de um episódio pontual de erro da imprensa mas de um marco que abalou profundamente a credibilidade do jornalismo incensado pelo episódio de Watergate.

A partir deste caso, foi-se observando que o episódio foi produto de uma série de procedimentos internos do veículo que facilitaram o acontecimento. O pesquisador Joaquim Fidalgo, da Universidade do Minho (Portugal) aponta que, num primeiro momento, tentou-se responsabilizar o temperamento e a personalidade de Jayson Blair pelo acontecimento, aproveitando inclusive o fato do repórter ser negro. Em alguns momentos, foram destacados um pretensioso comportamento instável emocionalmente do repórter, taxado inclusive como depressivo. Porém, a análise mais detalhada do episódio – motivada, principalmente, pelo temor se outros casos como aquele não poderiam (ou já teriam) acontecido – apontaram processos que vão além do repórter em questão. (Fidalgo, 2004)

<sup>216</sup> Este filme é de 1974, foi estrelado por Robert Redford (no papel de Bob Woodward) e Dustin Hoffmann (no papel de Carl Bernstein) e foi agraciado com quatro Oscars. Além deste filme, outros também trataram o caso Watergate: Nixon (de Oliver Stone) e Frost/Nixon (de Ron Howard)

<sup>217</sup> Fonte em off no jargão jornalístico é aquela fonte que não é identificada na reportagem a pedido da mesma. No Brasil, dispositivo constitucional garante o sigilo da fonte para o jornalista, isto é, ele não é obrigado a revelar a sua fonte utilizada para a construção de informação jornalística.

<sup>218</sup> Os repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein nunca revelaram que era a fonte conhecida como Garganta Profunda. Mais tarde, em 31 de maio de 2005. Mark Felt, ex-vicepresidente do FBI afirmou ser ele o Garganta Profunda.

Fidalgo elenca os seguintes processos que contribuíram para este episódio:

- 1º) Desatenções inexplicáveis: Blair realizou diversas matérias em várias cidades e estados distintos dos EUA, porém nunca apresentou nenhuma conta de viagem ou hospedagem para ressarcimento;
- 2º.) Falhas sistemáticas na comunicação interna: Blair foi transferido de editoria por diversas vezes por problemas causados em cada uma delas, mas as novas editorias desconheciam estes problemas;
- 3º.) Suspeitas de favoritismos pessoais, motivadas pela postura hipercompetitiva do repórter, que tem sido um padrão nas políticas de pessoal das empresas de comunicação;
- 4º.) Gestão demasiada centralizada e verticalizada da direção editorial do jornal;
- 5º.) Recurso excessivo e não questionado pela direção editorial do uso de fontes não identificadas
- 6º.) Ausência de instrumentos facilitadores da comunicação dos leitores com o jornal.

Note-se que a auto-referência excessiva do veículo – uma manifestação de uma autossuficiência institucional – é o que sintetiza estes procedimentos que levaram a este episódio.

*Enfim, este caso suscita uma séria reflexão sobre os limites, as fronteiras e as articulações entre responsabilidade individual e responsabilidade colectiva, no que toca ao exercício concreto do jornalismo. De um primeiro momento em que os próprios responsáveis do NYT pretenderam resumir toda a história a um desvio individual, pessoal, caminhou-se rapidamente para um segundo momento em que se evidenciaram igualmente os factores globais, colectivos (tanto no interior do jornal e da empresa como no próprio funcionamento do sistema mediático actual), que podem ter contribuído para – quando não estimulado – a sucessão impune das transgressões de Jayson Blair às normas profissionais e éticas do jornalismo. (Fidalgo, 2004)*

Entre o céu do caso Watergate e o inferno do episódio Jayson Blair, o jornalismo se depara com uma crescente crise de credibilidade demonstrada por vários indicadores. Entre eles, destaca-se o estudo *National Leadership Index*, produzido pela JFK Scholl da Universidade Harvard que analisa, de tempos em tempos, o grau de confiança dos cidadãos estadunidenses com instituições e lideranças. O estudo de 2012 demonstra um grau de confiança abaixo da média (marcada pelo indicador 100): 91,6. No primeiro estudo realizado em 2005, a marca era de 101,4, portanto pouco acima da média.

Porém, entre as várias instituições pesquisadas – militares, médicos, organizações não governamentais, governos locais, religiosos, Suprema Corte, negócios privados, governos estaduais, educação, poder executivo, jornalismo, Wall Street e Congresso Nacional – o jornalismo aparece como o antepenúltimo colocado com grau de confiança de 77,5 e em queda desde 2005.

O relatório destaca esta situação:

*And confidence in the news media has dropped precipitously—a worrisome trend, since the news media is the window through which Americans perceive the performance of their leaders in all sectors. If Americans do not have confidence in their news media, how can they trust that they are getting the information they need to understand—and influence—the performance of the country’s leaders? (Rosenthal, 2012)<sup>219</sup>*

E, finalmente, tem-se a experiência do estudo realizado pelos jornalistas Bill Kovach e Tom Rosenthal e o “Comitê de Jornalistas Preocupados com a qualidade da imprensa”, formado em 1997 em um encontro realizado na Universidade Harvard que reuniu 25 dos mais importantes jornalistas. Kovach e Rosenthal afirmam que:

*Os jornalistas compareceram porque sentiram que alguma coisa estava seriamente errada com a sua profissão. (...) O público, por sua vez, cada vez mais passou a desconfiar de jornalistas ou até a odiá-los. Em 1999, apenas 21% dos norte-americanos achavam que a imprensa se preocupava com as pessoas. Esse percentual era de 41% em 1985. Apenas 58% respeitavam o papel de ‘cão de guarda’ da imprensa, sendo que o percentual era de 67% em 1985. Menos da metade, apenas 45%, achava que a imprensa protegia a democracia (Kovach & Rosenthal, 2003)*

Entre a formação do comitê em 1997 até 2000, foram realizados 21 fóruns que reuniram cerca de 3.000 pessoas, entre especialistas e profissionais da área; foram entrevistados 300 jornalistas que deram mais de 100 horas de depoimentos sobre a profissão. Os resultados foram compilados e resultaram no relatório que foi publicado com o título “Elementos do jornalismo”. Entre as questões mais interessantes que este estudo apontou estão a realidade das empresas de comunicação: a atividade jornalística ocupa ínfima parte das corporações midiáticas, demonstrado por alguns dados: a ABC News, empresa do grupo Disney, representa menos de 2% dos lucros do grupo; o mesmo percentual da receita proveniente da NBC News do grupo que a controla, a General Electric. Em outras palavras, o jornalismo é um pequeno negócio dentro das megacorporações. Além disto, um dilema ético: como os jornalistas destes veículos terão independência suficiente para fazer coberturas de fatos

<sup>219</sup> “E a confiança nos meios de comunicação caiu precipitadamente - uma tendência preocupante, uma vez que a mídia é a janela através da qual os americanos percebem o desempenho de seus líderes em todos os setores. Se os americanos não têm confiança em seus meios de comunicação, como podem confiar que estão recebendo a informação que precisam entender e influenciar o desempenho dos líderes do país?” (MTL)

que envolvam diretamente os grupos controladores? Um fato já observado no estudo de Noam Chomsky e Edward Hermann intitulado “O consenso manufaturado” quando ele elenca o que chama de “filtros” controladores das notícias e o primeiro filtro é o “porte e propriedade dos meios de comunicação”. (Chomsky & Hermann, 1988)

Além deste aspecto ético, metade dos jornalistas apontaram que a fusão de empresas jornalísticas com empresas que atuam em outros segmentos transforma os chefes de redação em executivos de negócios que são obrigados a cuidar de outros afazeres não necessariamente jornalísticos. Segundo estes profissionais, um terço do tempo de trabalho é gasto com negócios da empresa e não com jornalismo.

Apesar destas questões de mudanças estruturais do jornalismo, o relatório do comitê apresenta como soluções para a crise de credibilidade a retomada de alguns cânones da eticidade jornalística. As nove recomendações do estudo e apresentadas na obra organizada por Rosenthal e Kovach são:

- 1) a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade;
  - 2) sua primeira lealdade é com os cidadãos;
  - 3) sua essência é a disciplina da verificação;
  - 4) seus praticantes precisam manter independência em relação a quem é protagonista de suas reportagens;
  - 5) o jornalismo precisa servir como um monitor independente do poder;
  - 6) o jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público;
  - 7) o jornalismo deve se esforçar para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante;
  - 8) o jornalismo deve manter a notícia completa e proporcional;
  - 9) os jornalistas devem ter permissão para exercer sua consciência pessoal.
- (Kovach & Rosenthal, 2003)

Resta saber como fazer isto na conjuntura descrita pelo próprio comitê.

### 3. INDEPENDÊNCIA DE QUEM E PARA QUEM

A maior preocupação expressa nestas discussões sobre os rumos do jornalismo na contemporaneidade é garantir a busca da exatidão das informações e a checagem das informações. Para vários estudiosos, entre eles os próprios Bill Kovach e Tom Rosenthal, isto sinaliza para o que eles consideram essencial para a recuperação da credibilidade do jornalismo que é a sua independência.

Note-se aqui que o cânone da neutralidade e imparcialidade foi substituída pela independência. Isto porque a neutralidade e imparcialidade já foram suficientemente criticadas por vários pensadores demonstrando não apenas a sua não existência no discurso jornalístico mas a sua impossibilidade em qualquer narrativa. Como no conto “Funnes, o memorioso” de Jorge Luiz Borges, em que o personagem principal era tão exato que demorava um dia inteiro para contar o dia anterior.

E aqui entra um novo dilema: independência de quem ou de que? Na concepção do Comitê dirigido por Rosenthal e Kovach, a independência é em relação aos poderes institucionais constituídos, daí a recomendação de ser “um monitor independente do poder”. Percebe-se, entretanto, que esta concepção de independência remete a um ordenamento do liberalismo clássico em que os direitos dos cidadãos se realizavam ante a um controle do poder de Estado.

Há, aqui, uma aproximação com a concepção da teoria geracional dos direitos humanos, apresentada pelo jurista Karel Vasak. Segundo ele,

*Man can be free only in a free State. It follows from this banal truth that human rights hinge directly on the ways in which the political institutions governing peoples are organized and that these rights therefore depend closely upon the legal system of society as a whole. This first requirement in fact covers two requirements: a-) for a State to be free, the people which composes it must be able freely to decide its fate (self-determination); b-) the people must freely define, by means of general and impersonal laws, the legal system governing human rights (the rule of law). (Vasak, 1982)<sup>220</sup>*

Vasak chama este primeiro momento dos direitos humanos de *primeira geração*, em que a idéia de “liberdade” era a central e se expressava pela garantia da liberdade dos cidadãos ante eventuais ações autoritárias do Estado. Por isto, a ênfase no “indivíduo livre” e na “autodeterminação”. A independência pregada pelo jornalismo se articula com esta liberdade do indivíduo – neste aspecto, o jornalismo se expressa como uma instituição representativa e garantidora da liberdade do indivíduo ante o Estado. A independência do jornalismo significa, portanto, a liberdade do indivíduo ante o Estado.

<sup>220</sup> “O homem pode ser livre somente em um estado livre. Resulta dessa verdade banal que os direitos humanos dependem diretamente das formas em que as instituições políticas, os povos responsáveis são organizados e que esses direitos, portanto, dependem de perto sobre o sistema jurídico da sociedade como um todo. Este primeiro requisito abrange dois outros: a-) para que um Estado seja livre, as pessoas que o compõem devem poder livremente decidir o seu destino (autodeterminação); b-) as pessoas devem definir livremente, por meio de leis gerais e impessoais, o sistema jurídico que rege os direitos humanos” (MTL)

Na sequência, Vasak apresenta o que considera os direitos humanos de segunda e terceira gerações. Os de segunda geração são aqueles garantidores da igualdade (os direitos sociais, econômicos e culturais) e os de terceira geração, vinculados a dimensão da *fraternidade*, que são o direito ao meio ambiente, ao desenvolvimento sustentável e à paz. Desta forma, o sujeito dos direitos humanos de primeira geração é o *indivíduo*, da segunda geração são os *grupos sociais*, os *sujeitos coletivos*, e os da terceira geração, a *humanidade no geral*.

Há autores que criticam esta perspectiva geracional dos direitos humanos, como o jurista George M. Lima (Lima, 2003), que aponta dois problemas. O primeiro é que a noção de geração sinaliza para que uma tipologia de direitos humanos supere a outra em uma escala evolucionista linear. Em outras palavras, que direitos humanos de segunda geração são uma superação dos de primeira, e assim por diante. Há situações objetivas em que determinados direitos (como os sociais, por exemplo) estão mais consolidados que outros (como os individuais) e vice-versa. O segundo problema apontado por Lima é que esta noção geracional de direitos humanos classifica os de primeira geração como *negativos*, isto é, que necessitam da negatividade da ação do Estado (o indivíduo é livre quando o Estado não intervém na sua vida) e os de segunda e terceira como *positivos*, pois exigem a ação do Estado (os direitos são garantidos a partir da ação do Estado na sua promoção e garantia, como por exemplo, os direitos trabalhistas que *impõem* determinadas condições na contratação laboral).

Por isto, o conceito de monitor independente do poder se insere em uma concepção clássica da primeira geração dos direitos humanos expressa por uma negatividade do Estado. E isto tem consequências extremamente instigantes levando-se em conta os atuais paradigmas de produção do capitalismo.

Em um outro artigo, propusemos o conceito de “ação direta do capital” para definir a atual arquitetura sócio-política do capitalismo contemporâneo. Definimos ação direta do capital da seguinte forma:

*O conceito que aqui se propõe de ação direta do capital tem uma proximidade discursiva com a proposta anarquista, de crítica e negação do Estado, mas se distancia para outra ponta a medida que propõe a total desintermediação e desregulação nas ações do capital. Não se trata apenas e tão somente do projeto do "Estado mínimo", embora este o acompanha, mas de uma privatização radical de todas as esferas da vida. Tal perspectiva se expressa ideologicamente no discurso midiático por meio da deslegitimação das instituições de Estado, de uma crítica de caráter moral da política e da oposição qualitativa entre a eficiência da "sociedade civil" e ineficiência da "sociedade política". (Oliveira, 2015)*

Esta nova arquitetura sócio-política do capitalismo vem em função das novas configurações organizativas da produção. As tecnologias da informação e comunicação possibilitaram que as várias etapas dos processos produtivos se fragmentassem do ponto de vista institucional. Uma empresa hoje se especializa em determinada etapa do processo produtivo e terceiriza as etapas acessórias para outras empresas. Esta é a fragmentação. Entretanto, esta fragmentação é integrada “pelo alto” pelos grandes conglomerados transnacionais. Assim, se forma uma “rede global de nichos de produção” em que no topo estão as empresas que controlam os processos sistêmicos e tecnológicos e na base, as que fornecem serviços de apoio e matérias primas.

Para a plena realização deste processo, é necessário que os fluxos de capital e as regras de contratação laboral sejam flexibilizadas totalmente e submetidas às necessidades desta rede global produtiva. Daí, então, que a ação regulatória do Estado é negativa para o capital e isto se articula com esta perspectiva “liberal-clássica” do jornalismo de associar todos os males ao Estado. A “independência” do poder aqui se revela em uma submissão às lógicas do capital.

Ao se colocar como um monitor independente do poder de Estado, o jornalismo não está resgatando o indivíduo como sujeito de direitos como está implícito na primeira geração de direitos humanos e sim se conformando com uma arquitetura social em que o *capital* é o único sujeito de direitos.

Desta forma, o indivíduo “cidadão” que pretensamente é o interlocutor do discurso jornalístico vê-se como um sujeito apartado deste processo discursivo. Este é o motivo estrutural da desconfiança e descrédito com o jornalismo, assim como com todas as instituições do Estado democrático-liberal demonstrados no relatório da JFK School. Por isto, os dilemas dos estudos sobre jornalismo vão no sentido de como recuperar esta credibilidade perdida no bojo das alterações dos arranjos institucionais da sociedade capitalista.

## BIBLIOGRAFIA

- Bucci, E. (2000). *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das letras.
- Chomsky, N., & Hermann, E. (1988). *Manufacturing consent*. New York: Pantheon Books.
- Fidalgo, J. (01 de abril de 2004). O caso Jayson Blair - The New York Times : da responsabilidade individual às culpas colectivas. *RepositoriUM*. Minho, Portugal. Acesso em 2018, disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7321>
- Genro Filho, A. (1987). *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre: Ortiz.
- Kovach, B., & Rosenthal, T. (2003). *Elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial.
- Kucinsky, B. (2004). *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. São Paulo: Editora Unesp.
- Lima, G. M. (2003). Críticas à teoria das gerações (ou mesmo dimensões) dos direitos fundamentais. *Revista Jus Navigandi*.
- Marcondes Filho, C. (2002). *A saga dos cães perdidos*. São Paulo, SP, Brasil: Harper.
- Marx, K. (2009). *A questão judaica*. São Paulo: Expressão Popular.
- Oliveira, D. (2015). Ação direta do capital: o poder do capitalismo contemporâneo. *Revista Psicologia Política*, 405-421.
- Rosenthal, S. A. (2012). *National Leadership Index 2012: A National Study of Confidence in Leadership*. Cambridge, Massachusetts.: Center for Public Leadership, Harvard Kennedy School, Harvard University, .
- Vasak, K. (1982). *The International Dimensions of Human Rights*. Paris: Unesco.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Emoção versus Razão: a narrativa do jornalismo audiovisual na web

### Emotion versus Reason: a narrative of audiovisual journalism for a web

*Cristiane Finger<sup>221</sup>*

*Silvio Barbizan<sup>222</sup>*

**RESUMEN:** De acordo com Michel Maffesoli (2012) há uma volta da emocionalidade na pós-modernidade. Este artigo trata desta emocionalidade na crescente produção de vídeos jornalísticos para a web. Com base em autores como Ferrés (1998), Dejavite (2006), Gome (2011), Curado (2002) e Squirra (1990), elementos narrativos audiovisuais foram identificados e classificados como ligados ao jornalismo (racional) ou ao entretenimento (de apelo emocional). A partir desta classificação foi realizada uma análise de conteúdo da produção de jornalismo audiovisual da BBC para internet. O objetivo era identificar as características desta nova narrativa. O estudo demonstra que muitos elementos da narrativa própria da televisão que remetem diretamente a credibilidade da notícia como a presença do repórter, por exemplo, perderam espaço para elementos de apelo emocional como música e efeitos visuais.

**PALABRAS CLAVE:** Jornalismo audiovisual. TV Expandida. Narrativa jornalística.

**ABSTRACT:** According to Michel Maffesoli (2012) there is a turn of the emotionality in postmodernity. This article addresses this emotionality in the growing production of journalistic videos for the web. Based on authors such as Ferrés (1998), Dejavite (2006), Gome (2011), Curado (2002) and Squirra (1990), audiovisual narrative elements were identified and classified as linked to journalism (rational) or entertainment (emotional). From this classification was carried out a content analysis of the production of audiovisual journalism from the BBC for internet. The aim was to identify the characteristics of this new narrative. The study demonstrates that many elements of television's own narrative that directly refer to the credibility of the news such as the reporter's presence, for example, have lost ground to elements of emotional appeal such as music and visual effects.

**KEY WORDS:** Audiovisual journalism. Expanded TV. Narrative journalism.

### EMOÇÃO

No imaginário de contornos sempre possível de maior precisão, onde o movimento é constante e se desenham as configurações da pós-modernidade, entender as narrativas da comunicação pode revelar algo sobre esse emaranhado de possibilidades em que o mundo está mergulhado. É nesse contexto que aqui buscamos alguns dos traços dos atuais caminhos da comunicação audiovisual, e do jornalismo, na internet. O ponto de partida é o entendimento dado por pensadores como Michel Maffesoli e Joan Ferrés quanto a emergência, ou a volta, na pós-modernidade de uma emocionalidade que substitui o pensamento racional dominante da modernidade.

A emergência de elementos não racionais, segundo o autor, está em todos os campos, inclusive no que aqui nos interessa: o da comunicação.

*Mas não nos equivoquemos: esse humor principesco não se pode reduzir a tal responsável político ou administrativo. Ele é reencontrado nas salas de redação, no seio das empresas, sem esquecer as comissões universitárias e vários comitês de avaliação e seleção (MAFFESOLI, 2012, p.32).*

Maffesoli não é o único a perceber essa presença. Joan Ferrés em seu livro *A Televisão Subliminar*, já na década de 90 do século passado, fazia uma abordagem semelhante. Para ele a sociedade mascara com racionalidade todos os campos, mas é a emoção que motiva e está por trás das decisões. Na comunicação e especialmente na televisão não é diferente: elementos que apelam ao emocional - próprios de programas de entretenimento - estão mesclados aos elementos racionais - típicos do jornalismo - a fim de seduzir o público.

<sup>221</sup> Cristiane Finger, professora doutora do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da PUCRS, Brasil. cristiane.finger@pucrs.br

<sup>222</sup> Silvio Barbizan, doutorando do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da PUCRS, Brasil. silvio.barbizan@pucrs.br

*As notícias de televisão são concebidas como espetáculo. São elaboradas mais como entretenimento do que como informação, ou, pelo menos, para informar através do entretenimento. É a consequência da tirania das audiências. Como espetáculo, ativam os mecanismos do inconsciente (FERRÉS, 1998, p. 170- 171).*

Além da presença da emocionalidade, o que os dois autores têm em comum nesta questão é a percepção de que a emocionalidade não está explícita, está camuflada, revestida de uma capa racional. Para Maffesoli: "... o argumento racional, os critérios objetivos são apenas máscaras ornamentando o gosto, o humor..." (MAFFESOLI, 2012). Ferrés diz o mesmo, de outra forma: "a maior parte dos telespectadores não é consciente dos motivos pelos quais a televisão a atrai" (FERRÉS,1998).

Em se tratando de televisão as questões racionais e as não racionais podem ser entendidas como ligadas a duas gamas de produtos audiovisuais: jornalismo e entretenimento. Os produtos jornalísticos têm como base a objetividade, os fatos apurados, a concretude e credibilidade; todos calcados na racionalidade. Critérios distintos dos atribuídos a outras produções televisivas ligadas a humor, drama e ficção; o entretenimento.

*Há duas definições familiares sobre o conceito de entretenimento. A primeira difunde a idéia de que ele é tudo aquilo que diverte, que distrai e que promove a recreação. A segunda considera-o como um espetáculo destinado a interessar ou divertir, ou seja, uma narrativa, uma performance ou qualquer outra experiência que envolva e agrade alguém ou um grupo de pessoas, que traz pontos de vista e perspectivas convencionais e ideológicas (DEJAVITE, 2006, p. 41-42).*

Se o jornalismo está ligado ao lógico e racional, por exclusão poderíamos entender o entretenimento como ligado ao não racional. Ferrés reforça essa associação, diz que o entretenimento é o espetáculo da TV e que burla o racional ao atingir o inconsciente.

*...porque o discurso explícito ativa a consciência do receptor e, em consequência, dispara os mecanismos de defesa. A sedução, pelo contrário, burla os controles da racionalidade. Não sendo verbal, não sendo explícito, a sedução política tende a bloquear os mecanismos da mente consciente (FERRÉS, 1998, p.186).*

Em busca de audiência, há muito a objetividade jornalística está mesclada com a sedução emocional do entretenimento. Itania Gomes usa o neologismo infotainment para designar essas produções.

*Uma gama impressionante de produtos é qualificada como infotainment na literatura corrente. De modo mais geral, quando se refere à televisão, infotainment reúne uma série de programas distintos, tais como programas de comportamento, reality shows, docudramas, reality games, programas de colonismo social, talk shows, documentary (expressão contemporaneamente usada para designar filmes de ficção apresentados como documentários) e news sit-coms (em referência aos programas que misturam notícia e comédia de situação), que Stockwell (2004, p. 2) considera como gêneros do infotainment (GOMES, 2011, p. 207).*

Esses produtos híbridos, que possuem elementos tanto do jornalismo como do entretenimento, integram uma classificação onde estão previsto também produtos puramente de entretenimento e outros exclusivamente jornalísticos. É nessa última categoria que está o telejornalismo. Formato que nasceu praticamente junto com a televisão e que por décadas foi, e ainda é, hegemônico no que se refere ao jornalismo audiovisual. A unidade básica constitutiva de um telejornal é a reportagem, espaço onde a informação é entregue através da combinação de vários elementos narrativos tais como *off* (com a voz de um repórter sobreposta a imagens), boletins (passagem onde o próprio repórter aparece) e entrevistas. É a reportagem também um dos elementos mais importantes e visíveis no atual momento da televisão.

## **NARRATIVA**

O som, a imagem e o texto formam o tripé que constitui as narrativas audiovisuais a que pertence a TV e, por consequência, as reportagens. Estas matrizes se desdobra em outras configurações; elementos formativos próprios do meio como som ambiente, música, efeitos sonoros, entrevistas, *offs*, passagens, grafismo, efeitos visuais, imagens, créditos e legendas.

A construção de uma narrativa audiovisual passa por elaborar e escolher estes elementos e combiná-los - roteirizar - em uma ordem com uma intenção, que pode ser, por exemplo, informar, emocionar, divertir, ou ainda, o cruzamento de mais de uma destas intenções. No caso do material que mescla jornalismo e entretenimento as intenções aparentes são informar de forma atraente com vistas à audiência. Essa construção narrativa, com a combinação dos elementos que já listamos, tem infinitas possibilidades ainda mais se levarmos em conta que podem se repetir, ser usados mais de uma vez, na mesma reportagem.

Todos eles comuns a qualquer produção audiovisual, quer seja com essas nomenclaturas ou com outras. Mas, em televisão, é possível distinguir alguns destes elementos narrativos mais ligados ao jornalismo e outros ao



entretenimento. Olga Curado, em um manual de telejornalismo, indica quais estão mais associados a reportagem para telejornal:

*Esse tipo de reportagem tende a seguir um padrão que, infelizmente, é repetido de forma quase incansável:*

- *Texto do locutor - cerca de 15 segundos encaminha ou 'chama' a reportagem;*
- *Texto em off, narrado pelo repórter; entre 20' e 30';*
- *Sonora ou fala do entrevistado: entre 10" e 15";*
- *Passagem do repórter - participação do repórter de vídeo: entre 15" e 20";*
- *Sonora - entrevista ou fala de uma ou mais pessoas - entre 12" e 20";*
- *Narração final em off, do repórter: entre 10" e 15" (CURADO, 2002, p. 97).*

Parte fundamental da construção narrativa de uma reportagem é o texto presente nas cabeças, *offs* e passagens. Sebastião Squirra diz que a objetividade é fundamental nestes textos e que eles devem ser também claros, diretos e simples (SQUIRRA, 1990).

No entretenimento, é Itania Gomes quem dá pistas quanto aos elementos narrativos:

*Não é possível fazer uma listagem exaustiva, até porque a criatividade dos produtores e as potencialidades tecnológicas sempre nos deixariam em desvantagem, mas certos usos de recursos sonoros e visuais, tais como cores, gráficos, vinhetas, selos, trilhas sonoras; a narrativa leve e agradável; o discurso mais pessoal e subjetivo (GOMES, 2011, p. 208).*

Assim, é possível entender que entre os principais elementos que compõem a narrativa da televisão, em jornalismo e entretenimento, estão: imagens, grafismos, efeitos visuais, sonora (entrevista), passagem (boletim do repórter), música, efeito sonoro, som ambiente, *offs*, créditos e legendas. Há ainda o texto que pode ser objetivo ou subjetivo. E embora não se tenha entre estes uma distinção cabal entre elementos de telejornalismo e de entretenimento, temos alguns, mais comumente associados ao telejornalismo e outros, por exclusão, ao entretenimento. Logo, se retomarmos a associação do entretenimento ao emocional e o jornalismo ao racional temos elementos narrativos que podemos associar a emocionalidade e outros a racionalidade.

A hipótese aqui é que a emocionalidade emergente referida por Maffesoli esteja sendo manifesta através de um maior uso de elementos narrativos de apelo emocional nas reportagens jornalísticas. E isso no ambiente típico da pós-modernidade e por onde mais se prolifera: a internet.

## EXPANSÃO

A televisão, e o telejornalismo, reinou, e ainda reina, absoluta sobre os demais meios como forma de acesso à informação no Brasil. Mas, com a chegada e o incessante crescimento da internet<sup>223</sup>, os profissionais do telejornalismo buscam novas configurações para atingir os internautas.

*Na atualidade é possível observar um movimento de transbordamento do território simbólico constituído pelo telejornalismo e por sua linguagem audiovisual da tela da televisão para as telas dos inúmeros dispositivos móveis de transmissão de dados propiciadas pelo ciberespaço (RENAULT, 2014, p.2) Essa expansão tem como consequência reflexos na própria forma do conteúdo de comunicação: "A linguagem audiovisual constrói continuamente suas características, transformando-se à medida que novas formas de captação e registro de sons e imagens vão sendo descobertos/criados" (CÔRTEZ, H. S. 2003, p.32).*

Esse transbordamento está em curso, em movimento, ainda buscando caminhos.

*No cenário ciberespacial, muitos formatos estão sendo testados, tendo despertado o interesse das empresas jornalísticas em todos os cantos do planeta. A migração dos complexos de mídia impressos e rádio transmitidos, em todas as suas formatações, tem sido acachapante, trazendo para este novo sistema os jornais impressos locais e nacionais, as emissoras de rádio, as agências de notícias, as revistas semanais e até a televisão, que ainda não sabe direito o que fazer neste meio (SQUIRRA, 2002, p. 45).*

A relevância do audiovisual em nossa época não pode ser ignorada. Atualmente mais de 60%<sup>224</sup> de tudo que circula pela internet no mundo se refere a vídeo. Mais do que isso, esse volume está em constante crescimento. A

<sup>223</sup> No Brasil são mais de 102 milhões de usuários e no mundo o número de pessoas com acesso à internet passa de 4 bilhões. Dados disponíveis em <https://nacoesunidas.org/brasil-e-o-quarto-pais-com-mais-usuarios-de-internet-do-mundo-diz-relatorio-da-onu/> Acessado em novembro de 2017

<sup>224</sup> Disponível em : <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/comple-te-white-paper-c11-481360.html>. Acesso em novembro de 2017.

previsão é de que até 2018 esse índice ultrapasse 80%. Boa parte de tudo isso diz respeito especificamente ao jornalismo.

Maffesoli acredita que é preciso observar a sociedade já que é dela que emanam as mudanças. Pesquisas como a do Instituto Reuters da Universidade de Oxford<sup>225</sup>, por exemplo, mostram que o público, cada vez mais busca, gera e consome conteúdos emotivos. Sendo assim, é possível que as empresas de jornalismo tradicionais - originalmente ligadas a plataformas como jornal impresso, rádio e televisão aberta- estejam adotando como estratégia de conquista do mercado dos internautas o uso de componentes que apelem para a emoção do público.

Neste cenário seria possível perceber a emocionalidade emergente referida por Maffesoli e Ferres no jornalismo audiovisual que surge na web? Os elementos narrativos do audiovisual ligados a emoção não estariam mais aparentes, ou mais frequentes do que os ligados a racionalidade? E se sim, como isso se dá? Que elementos da narrativa ganham espaço e quais perdem? De que forma isso se assemelha ou diferencia dos produtos híbridos de entretenimento jornalístico da televisão?

Em busca de pistas que possam ajudar nas respostas para essas questões foi escolhido para este artigo analisar a produção de jornalismo audiovisual de uma empresa da área de comunicação que serve de referência para as demais corporações, tem uma produção consolidada e investe em novos formatos narrativos.

A BBC<sup>226</sup> é uma tradicional empresa de comunicação europeia com alcance mundial. A emissora pública tem experiência e reconhecimento na produção audiovisual em formato tradicional - para a veiculação na televisão - mas tem também produção contínua para usuários da web. Em novembro, durante uma semana, entre os dias 6 e 13, foram disponibilizadas no site voltado para o Brasil<sup>227</sup> e no canal na rede social digital You Tube<sup>228</sup> 15 vídeos. A data da amostra foi escolhida aleatoriamente e o período de uma semana é suficiente para uma pesquisa quanti- qualitativa de acordo com o enunciado da Análise de Conteúdo de Laurence Bardin (1977). O importante é que nada fique de fora do fenômeno analisado, mas também que não haja a repetição e redundância dos indicativos. Entre esse material, dois vídeos são reproduções de gravações de noticiários feitos e transmitidos pelas rádios BBC, não sendo conteúdo exclusivo para o ambiente web e por isso não serão levados em conta aqui. Os demais 13 vídeos totalizam 20 minutos e 20 segundos de produção de formatos narrativos variados. No site da empresa, abaixo de cada reportagem, fica disponível um texto que, em geral, replica exatamente as mesmas informações presentes no vídeo. Já no canal da BBC no YouTube há apenas um breve título descrevendo o tema da reportagem.

Foi sobre esses 13 vídeos que aqui se debruçou para, em um primeiro momento, listar e quantificar todos os elementos narrativos usados em cada uma das reportagens. As categorias observadas foram *off*, som ambiente (sobe som), música, efeito sonoro, entrevista, boletim (passagem), imagem, efeito visual, grafismo (gráfico), legenda, crédito, texto objetivo e texto subjetivo. Em seguida foi feita uma leitura deste dados tendo como foco os elementos mais associados a entretenimento e os ligados ao jornalismo, o que poderá dar indícios de um apelo mais emocional e/ou racional. Neste sentido, os itens não associados a informações, por exclusão, tendem a ter uma ligação mais próxima ao entretenimento, ou, ao apelo emocional. Tendo como referência a categorização proposta pela Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977) veremos *offs*, passagens, entrevistas, som ambiente, gráficos, créditos, legendas e texto objetivo e legendas como elementos jornalísticos (mais racionais).

entretenimento ( mais emocionais).

Mas, apenas o formato destas unidades não implica ter um apelo emocional ou não, ser jornalístico ou não. Seria uma simplificação que poderia alterar os resultados. Um *off*, por exemplo, embora pelos conceitos teóricos seja associado ao jornalismo, pode ter em seu conteúdo um texto subjetivo de apelo emocional. Por isso, em paralelo ao levantamento quantitativo dos elementos foi feita uma observação mais detalhada de cada um destes elementos. Isso nos permite ver se o apelo é emocional ou racional. Essa observação fragmentada, própria da Análise Fílmica descrita por Vanoye e Goliot-Lété (1994), permite um olhar mais atento de cada elemento isoladamente e ao mesmo tempo não compromete uma posterior associação entre todos.

Dos 13 vídeos analisados, em apenas três foi usado o recurso do *off*, sendo que em um deles, a voz sobreposta às imagens é do entrevistado. Em formato tradicional, o *off* é a voz do repórter sobreposta às imagens. O que só acontece em um destes três vídeos e, ainda assim, não há indicação do nome ou do local onde a jornalista está. Nos três vídeos o texto dos *offs* é objetivo.

Quanto a passagem, há apenas um uso entre os todas as reportagens e, como já foi dito, não foi feita qualquer identificação quanto ao nome e a localização do repórter. Nesta passagem também não há uso de texto subjetivo.

<sup>225</sup> Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/>. Acesso em novembro 2017.

<sup>226</sup> British Broadcasting Corporation (Corporação Britânica de Radiodifusão) fundada em 1922 no Reino Unido

<sup>227</sup> Disponível em : <http://www.bbc.com/portuguese/media/video>

<sup>228</sup> <https://www.youtube.com/user/BBCBras>

A entrevista também é um elemento escasso nas reportagens: é usado em apenas cinco. O som ambiente, captado junto com as imagens, está presente em oito reportagens, sendo que destas, em quatro, o som ambiente está presente durante todo o vídeo. Chama a atenção que em uma das reportagens esse elemento é preponderante; a reportagens se constitui apenas de imagens com som ambiente, sem qualquer outro elemento.

Gráficos também são raros: três, todos em uma mesma reportagem. Neste caso também com texto apenas com informações objetivas. Neste vídeo foi um recurso visual sobreposto às imagens. As letras estão em múltiplas cores que se alternam em ritmo acelerado e em movimento.

Os créditos, recurso utilizado para informações complementares como nomes, locais ou datas, foram usados em sete reportagens. Em dois vídeo eles indicam o nome e função do entrevistados. Em um, são apontadas datas e locais. Nos demais, os créditos são incompletos, não sendo possível entender se referem à origem das imagens, das informações ou mesmo da reportagem como um todo.

Em 12 dos 13 vídeos há legendas. Todas são com informações objetivas. O recurso também é usado para transcrever as entrevistas de quatro reportagens. Não há nenhum uso de texto subjetivo. Em todos os elementos em que o texto está presente (*offs*, boletins, legendas, gráficos, créditos) é sempre objetivo, com informações concretas e dados. A música é um elemento narrativo presente em 11 das 13 reportagens. Os efeitos sonoros estão em dois dos vídeos, sendo que em um deles são usados oito efeitos. Os efeitos visuais estão em quatro das 13 reportagens e o uso é recorrente, chegando a ter 14 efeitos em um único vídeo. As imagens estão presentes em todas as 13 reportagens sendo que em cinco há uso mesclado de fotografias e imagens em movimento.

O quadro a seguir apresenta, nas colunas verticais, os vídeos e seus temas. Nas linhas horizontais cada elemento observado e quantas ocorrências dele foram registradas

Quadro 1: elementos observados nos vídeos

Reportagem	Shopping de reciclados	Giberto Olí apresenta ópera	Privado da Luis Vulliamy	Ilunquer Jugoslavio	Inventor atravessa lago	Nova espécie orangotango	Tubarão ataca	Menino surdo	Lixo no mar	Humores e ovelhas	Paleos atacam aves	Coria do oriente meio	Burrito entrevista gela	TOTAL
Tempo	1:21	2:1	1	1:17	1:02	3:38	2:15	1:49	1:08	34"	2:16	2:24	1:30	20:20
Off				2		4					5			em 3 em 1
Boletim						1								em 5 em 1
Entrevista			1	1	1	2							3	em 12 em 7
Gráfico						3								em 8 em 11
Legendas	Todo		toda	toda	toda	toda	toda	toda	toda	toda	toda	toda	toda	em 2 em 7
Créditos				1	1	1	1	1		1	2			em 8 em 11
Som ambiente		Todo			2	5	toda		toda			1	1	em 11 em 2
Música	1	Todo	1	2	1	3		1	1			1	3	em 2 em 4
Efeitos sonoros				3							8			em 13 em 4
Imagem			fotos + imagens	fotos + imagens		imagem + foto					imagens + fotos	imagens + foto		em 13 em 4
Efeitos Visuais	14 (6)					12(6)	1				12 (6)			em 4 em 13
Texto objetivo	Todo		Todo	Todo	Todo	Todo	Todo	Todo	Todo	Todo	Todo	Todo	Todo	em 13 em 4
Texto subjetivo														
Off				Off entrevistado							Off sem identificação			

Fonte: elaborado pelos autores

## ANÁLISE

Entre todas as reportagens apenas uma segue o modelo narrativo tradicional para TV com o uso de boletim, *offs*, entrevistas, gráfico, crédito, texto objetivo e som ambiente. Ainda que com a presença destes elementos ligados à racionalidade objetiva do jornalismo ela também tem elementos mais ligados ao entretenimento: música e efeitos sonoros. Ao longo de 3 minutos e 38 segundos em que é revelada a descoberta de uma nova espécie de primata, há 12 inserções de efeitos sonoros e três de música.

Em todas as reportagens há elementos narrativos da categoria que aqui estamos tratando como ligados o jornalismo e em 12 dos 13 há elementos do entretenimento. No único vídeo só com elementos jornalístico o tema é uma pesquisa científica sobre a capacidade de reconhecimento das ovelhas e foram usadas apenas imagens e legendas; não há qualquer som; sobre as imagens há o silêncio.

Os arranjos narrativos são os mais variados. Não há uma combinação repetida em mais de um vídeo. Não há um padrão. Pelo contrário, a diversidade parece ser a tônica da construção.

Aparentemente também não há um domínio absoluto dos elementos que remetem ao apelo emocional, do entretenimento, já que, pelos números eles não estão em todos os vídeos enquanto que os da racionalidade estão. Mas, esses números isolados podem passar uma ideia falsa. Mesmo não sendo usados em todos os vídeos, nos que eles estão presentes estão em grande número.

Mais do que a presença de elementos de entretenimento das reportagens o que chama a atenção é a ausência de elementos jornalísticos significativos. O jornalista, figura associada a credibilidade, sumiu. E sumiu de todas as formas: nos *offs*, nos boletins, nos créditos. Dos 13 vídeos em apenas um há a figura visível de um profissional (boletim) que podemos supor ser o repórter. Supõe-se porque não há qualquer identificação quanto ao seu nome e função ao longo da reportagem. Da mesma forma com os *offs*, são três registros mas, em um o *off* é elaborado com a voz de um entrevistado e os outros dois não são identificados. O desaparecimento é completo no caso dos créditos dos profissionais responsáveis pelas informações e pela produção do material: não há em nenhum dos vídeos, em qualquer momento.

A mistura de entretenimento com jornalismo neste *corpus* do estudo remete aos produtos audiovisuais híbridos da televisão, ao *infotainment* referido por Itania Gomes. Mas, nas reportagens da BBC para *web*, essa mescla parece ser radicalizada com o acréscimo da variedade de combinações, a ausência de qualquer padrão. Dito de outro modo, é como se a forma da notícia ser relatada é sempre uma surpresa e essa surpresa é mais um atrativo para a audiência. A ausência de elementos jornalísticos também é um diferencial em relação ao produtos de infotainment tradicionais para televisão. Nas reportagens para TV, por exemplo, em geral há figura de um, ou pelo menos os créditos que indicam o profissional responsável pela produção. Na amostra a mistura entre o jornalismo e o entretenimento banuiu o jornalista.

Essas ausências jornalísticas aliadas ao uso abundante de elementos de entretenimento é que remete a um apelo maior a atratividade e a emoção. É como se as informações viessem mergulhadas em uma experiência sensorial. A leitura pode ser feita também de que os dados são envoltos pela música e efeitos visuais. Assim, pelo menos nessa pequena amostra de jornalismo audiovisual para *web*, é possível perceber uma presença maior do apelo emocional em detrimento ao que remete ao racional.

## REFERÊNCIAS

- BARBEIRO, Heródoto; Lima, Paulo Rodolfo. **Manual de Telejornalismo - Os segredos da Notícia**. 1 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70. Lisboa. 1977. BECKER; Beatriz. **A Linguagem do Telejornal**. 1 ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2005. BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. 1 ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2005.
- CÔRTEZ, Helena Sporleder. **A sala de aula como espaço de vida: educação e mídia**. In: FERREIRA, Lenira Weil (Org.). *Leituras/significações plurais/educação e mídia: o visível, o ilusório, a imagem*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.
- CURADO, Olga. **A Notícia na TV. O dia-a-dia de quem Faz Telejornalismo**. 1ed. São Paulo: Alegro, 2002, p. 117-133.
- DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 45-46.
- FERRÉS, Joan. **A televisão subliminar**. 1 ed. Artmed. Porto Alegre. 1988.
- GOMES, Itania M. M. . O Infotainment e a Cultura Televisiva. In: Freire Filho, João. (Org.). **A TV em transição. Tendências de programação no Brasil e no mundo**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2009, v. 1, p. 195-221.
- MAFFESOLI, Michel. **O Tempo retorna: formas elementares da pós-modernidade**. 1 ed. Rio de Janeiro. 2012.
- PATERNOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV - Manual de Telejornalismo**. 1 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- REZENDE, Guilherme Jorge. Gêneros no Telejornalismo. In: Mello, Jose Marques de; Assis, Francisco de (Org). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo dos Campos: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. 1 ed. São Paulo: Summus, 2004.
- SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. O Telejornalismo na Internet. **Comunicação & Sociedade**. São Paulo: Metodista, 2004, v. 1, n. 41, p. 44-52.
- Aprender Telejornalismo: Produção e Técnica**. 1 ed. São Paulo, Brasiliense, 1990.
- VANOYE, Francis; Anne GOLIOT-LÉTÉ. **Ensaio sobre a Análise Fílmica**. 2 ed. Campinas: Papyrus, 1994.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Relações de gênero e discurso de ódio: análise dos comentários em matéria do Portal G1 sobre feminicídio

### Gender relations and hate speech: analysis of comments on the G1 Portal on femicide

*Marcília Luzia Gomes da Costa Mendes<sup>229</sup>*

*Maria das Graças Pinto Coelho<sup>230</sup>*

*Jeanemeire Eufrásio da Silva<sup>231</sup>*

**RESUMO:** Considerando a possibilidade de opinar em matérias veiculadas na plataforma digital a pesquisa se propõe a analisar os comentários presentes na matéria com título “Cinco mulheres são assassinadas durante o fim de semana no RN” e a formação dos discursos, identificando se há discursos de ódio nesses comentários. A matéria foi publicada dia 21 de agosto de 2016 no Portal G1, mídia inserida no grupo hegemônico do país, no setor policial e veiculada na sessão do estado do Rio Grande do Norte, mas com repercussão nacional, e cita uma lei de pouco mais de dois anos, o feminicídio, que tipifica o homicídio por questões de gênero. A pesquisa analisa a interação dos leitores baseando-se na reprodução dos discursos e para isso utilizamos a perspectiva teórico-metodológica da Análise do Discurso (AD) de orientação francesa, a partir dos dispositivos teóricos propostos pelo filósofo francês Michel Foucault.

**PALAVRAS CHAVE:** Análise Do Discurso; Feminicídio; Comentários.

**ABSTRACT:** Considering the possibility of commenting on reports broadcast on the digital platform, the research proposes to analyze the comments in the article titled "Five women are murdered during the weekend in the RN" and the formation of the speeches identifying if there are speeches of hate present in these comments. The article was published on August 21, 2016 in Portal G1, a media inserted in the hegemonic group of the country, in the police sector and broadcast in the state session of Rio Grande do Norte, but with national repercussions, and cites a law of little more than two years, femicide, which typifies homicide due to gender issues. The research analyzes the interaction of the readers based on the reproduction of the discourses and for this we use the theoretical-methodological perspective of Discourse Analysis (AD) of French orientation, from the theoretical devices proposed by the French philosopher Michel Foucault.

**KEY WORDS:** Speech analysis; Femicide; Comments.

## INTRODUÇÃO

Os procesos de comunicação na contemporaneidade sofrem mudanças fundamentais, principalmente no que concerne a produção, circulação e consumo de bens simbólicos midiáticos. A colaboração com as notícias pelos usuários é uma característica que veio com as novas tecnologias. Ferramentas de comentários no final das matérias permitem ao leitor contribuir com o processo de produção da notícia. Esse espaço está em constante reconstrução devido às inovações tecnológicas e a forma como as notícias são dispostas, além da forma de consumo destas.

Dispositivos técnicos como computador, notebook, tablet, smartphone permitem ao indivíduo acesso instantâneo e quase ilimitado a informações que circulam em rede. Os sites de notícia adotaram características que

<sup>229</sup> Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Docente da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Brasil. marciliamendes@uol.com.br

<sup>230</sup> Doutora em Educação pela UFRN. Professora e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM/UFRN). Brasil. Gpcoelho8@gmail.com.

<sup>231</sup> Discente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas (PPGCISH), da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Brasil. jeanemeireeu@gmail.com

permitem aos usuários participar da produção jornalística, comentando ou avaliando as notícias, por exemplo. Existem sites que criam fóruns de discussão e debate, ou até aqueles que permitem que o leitor envie fotos, informações, ou até vídeos, tornando a produção da notícia mais participativa.

Como abordam Primo e Träsel (2006), as tecnologias digitais motivaram uma maior inferência da população no processo de produção da notícia devido a fatores como diversidade dos pontos de acesso, gratuidade, como cybercafés e conexão sem fio (wi-fi), além de plataformas como blogs, wikis e tecnologia que simplifique a publicação e cooperação, como também a facilidade de integração do público no processo de redação, circulação e debate de notícias.

O tema da violência contra a mulher, comumente enunciadas nas páginas policiais, refletem os dados da pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)<sup>232</sup> em 2014, onde mostra, no Atlas da Violência, que a cada 5 minutos uma mulher é agredida no Brasil. Além da violência física, as mulheres também são vítimas de violência psicológica, sexual, financeira, moral. Ainda de acordo com a pesquisa em 80% dos casos o agressor tinha vínculo afetivo com a vítima (marido, namorado, ex-companheiro). Para tentar amenizar esse cenário, várias medidas são criadas, como por exemplo, a Lei 11.340 de 2016, popularmente conhecida como Lei Maria da Penha, como também o feminicídio, especificado na lei 13.104 de 9 de março de 2015, equiparando o feminicídio, que seria a morte por questão de gênero, no rol de crimes hediondos. A Lei 13.104 acrescenta o feminicídio no 121 do Decreto-Lei nº 2.848/40 do Código Penal que considera-se que “há razões de condição de sexo feminino quando o crime envolve: I - violência doméstica e familiar; II - menosprezo ou discriminação à condição de mulher. E aumenta a pena em 1/3 (um terço) (BRASIL, Lei Nº 13.104, De 9 De Março De 2015)

O projeto de Lei que antecedeu essa medida definia feminicídio como “Art. 121(...) § 7º Denomina-se feminicídio à forma extrema de violência de gênero que resulta na morte da mulher em circunstâncias específicas além de conceituar:

*O feminicídio (...) se expressa como afirmação irrestrita de posse, igualando a mulher a um objeto, quando cometido por parceiro ou ex-parceiro; como subjugação da intimidade e da sexualidade da mulher, por meio da violência sexual associada aos assassinatos; como destruição da identidade da mulher, pela mutilação ou desfiguração de seu corpo; como aviltamento da dignidade da mulher, submetendo-a a tortura ou a tratamento cruel ou degradante” (SENADO FEDERAL, p. 1003).*

A violência contra a mulher funcionaria como uma reafirmação de masculinidade e posição de domínio. Essa violência “ainda que no ambiente doméstico, implica na suspensão de qualquer outra dimensão pessoal do vínculo para dar lugar ao aparecimento da estrutura genérica e impessoal do gênero e sua ordem de dominação” (SEGATO, 2010, p. 17). Segato ainda aborda a construção do status desses sujeitos que tem que direcionar sua vida sob esses olhares e avaliações e começa a observar que está perdendo a posição de dominação.

Quando enunciadas através de notícias, estas relações de dominação e violência, física e simbólica, acabam por gerar uma grande quantidade de comentários, muitos permeados por posições conservadoras que constituem o discurso de ódio. Conforme Meyer Pflug,

*O discurso do ódio pode ser considerado uma apologia abstrata ao ódio, pois representa o desprezo e a discriminação a determinados grupos de pessoas que possuem certas características, crenças, qualidades ou estão na mesma condição social, econômica, como, por exemplo, os ciganos, nordestinos, negros, judeus, árabes, islâmicos, homossexuais, mulheres, entre outros (MEYER-PFLUG, 2009, p. 87).*

Na busca por entender que sujeitos e quais discursos fazem parte desse campo de interação com as matérias, o poder exercido por elas sobre os indivíduos e suas opiniões, além da relação de concordância ou não com essas opiniões, objetivamos analisar os comentários produzidos em matéria do G1 que trata do feminicídio.

<sup>232</sup>[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota\\_tecnica/160405\\_nt\\_17\\_atlas\\_da\\_violencia\\_2016\\_finalizado.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota_tecnica/160405_nt_17_atlas_da_violencia_2016_finalizado.pdf) (Acesso em >>14/02/17)

## METODOLOGIA

Analisa uma matéria publicada no dia 21 de agosto de 2016<sup>233</sup> (com uma atualização no dia posterior), intitulada “Cinco mulheres são assassinadas durante o fim de semana no RN: Crimes aconteceram na Grande Natal e regiões Seridó e Oeste. Em 11 dias, 11 foram mortas no estado; a maioria, vítima de feminicídio”. Essa matéria, veiculada pelo portal G1, na sessão do Rio Grande do Norte, teve repercussão nacional e estava dentre as mais acessadas do portal, na busca por matérias de feminicídio, motivo pelo qual foi eleita como empiria para este trabalho.

A matéria selecionada para a pesquisa encontra-se em quarto lugar nos resultados, por maior relevância, as anteriores foram descartadas por não possuírem espaço aberto para os comentários ou por possuir apenas um comentário, na data de buscar, traz em seu final, a opção de comentários e possui 686 comentários com a possibilidade de adicionar outros desativada.

O G1 pertence ao Globo.com, grupo midiático hegemônico e possui páginas voltadas especificamente para cada região, além de atender a todos os estados brasileiros. Com conteúdos em vídeo, rádio e escrito, selecionamos uma matéria escrita que permite a interação do leitor. Entendendo também que o portal possui equipes de reportagem em todo o país e acompanhamento dos principais acontecimentos. Além de que a Similarweb<sup>234</sup> divulgou o ranking dos portais de notícias mais acessados do país e o portal G1 segue liderando nacionalmente, em pesquisa divulgada em julho de 2016.

Para publicar comentário nessas notícias é necessário fazer login com e-mail e senha do globo.com ou pela conta do facebook. Outro recurso de interação é a possibilidade de “curtir” ou “descurtir” comentários de outros usuários uma forma de concordar ou não com o discurso descrito. Ainda, pode-se responder a comentários específicos, mantendo assim uma conversação e uma linha de raciocínio, permitindo a interação não só com a matéria, mas também com outros comentários.

A análise dos comentários é feita à luz da Análise do Discurso (AD) de orientação francesa, considerando a notícia na perspectiva do discurso. Por esta vertente, o indivíduo revela suas próprias concepções de mundo através da linguagem, o que se aplica também a produção discursiva da notícia, bem como dos comentários a partir dela gerados. Nesse sentido, segundo Foucault, não há enunciado livre, neutro ou independente, estando sempre amarrado as relações de saber e poder (FOUCAULT, 1997).

## PRIMEIRAS IMPRESSÕES

A análise filtrou os comentários que apresentam a palavra “feminicídio”, dentre outras relacionadas às questões de gênero, como “feministas”, “machistas”, “feminazi” etc. O nome feminicídio é encontrado 23 vezes, sendo que três são na própria matéria e o restante nos comentários. Os selecionados foram os com maior interação de respostas ou curtidas, com ênfase nas negativas.

O que se percebe é que há um desconhecimento do termo, quando não existe apenas o feminicídio como tipificação, mas um rol taxativo de tipos de homicídio e seus agravantes. Além da distinção, desconhecida ou ignorada, entre feminicídio e Femicídio, no qual o segundo é o assassinato de mulher, por qualquer motivo, já o feminicídio, a motivação seria a condição de ser mulher, geralmente há um envolvimento com o ator do crime.

Esse desconhecimento do conceito de feminicídio pode ser entendido no exemplo do personagem 01, identificado como “Crismário Cruz” e o grau de interação foi de 277 (duzentos e setenta e sete) gostei’s e 91 (noventa e um) “não gostei”:

*Feminicidio!!! Em se tratando de assassinato de anão é : ANANICÍDIO????Se matar uma mulher a pena deve ser dobrada?E anão 1/2 pena vale???Enfim vamos acabar com o HOMICÍDIO e vamos rotular cada assassinato por definição de gênero , raça , tamanho , crença , idade, etc , etc!!!Matou criancinha "pena grande" pois iria viver muito ainda, matou velhinho = mini pena , afinal já não viveria muito mesmo!!!Enfim vamos criar mais umas 150 mil novas leis!!!!( Crismário Cruz)*

O Código Penal Brasileiro tem outras tipificações do Homicídio – a exemplo do infanticídio, que é o assassinato de crianças – que geram agravantes de penalidade. A medida punitiva apenas nomina uma conduta já existente e atribui agravos de penalidade, e outros, além da condição de mulher, grávida, gerando mudanças

<sup>233</sup><http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2016/08/cinco-mulheres-sao-assassinadas-durante-o-fim-de-semana-no-rn.html> (Acesso em >>14/02/17)

<sup>234</sup> Empresa responsável pela auditoria de acessos a páginas na internet. Dados disponíveis no site da Similarweb <https://www.similarweb.com/website/g1.com> Acesso em >>14/02/17.

penais, processuais e de expectativa social, para mensurar e acompanhar os índices de violência contra a mulher. O comentário do usuário Crismário Cruz explicita que o sujeito ignora a existência outras especificações como matar uma criança e já existem um Projeto de Lei do Senado, nº 373, de 2015, que trata o homicídio contra idoso uma circunstância qualificadora – o idosicídio. Todos ainda são homicídios, apenas consideram a questão da hipossuficiência das vítimas e, no caso do feminicídio, a motivação como agravantes.

Um comentário usuário de nome Wellington Dias escreveu “Nada contra essa e aquela lei, mas se os direitos são iguais pq lei pra essa ou pra'quela? Estados Unidos a pena é a mesma seja mulher ou homem. Na boa, isso já é privilégio!”(Sic). Logo após o “nada contra...” ele apresenta dois argumentos contrários, o primeiro alegando que direitos são iguais e o segundo que a lei é um privilégio para a mulher. Quando ele fala em privilégios podemos citar o código penal brasileiro, pouco antes do inciso VI do § 2º que trata do feminicídio, temos o § 1º que trata sobre condição de diminuição de pena, muitas vezes chamado de “privilégio de matar”, no qual “o crime impellido por motivo de relevante valor social ou moral, ou sob o domínio de violenta emoção, logo em seguida a injusta provocação da vítima, o juiz pode reduzir a pena de um sexto a um terço.” Sendo o parágrafo muitas vezes utilizado pela defesa dos acusados para enquadrar o feminicídio como crime passional, ou seja, ao invés de agravo de penalidade por motivo temos redução por crime passional.

Percebendo que há uma revolta pelo leitor que considera a lei um privilégio para a mulher, sendo ele homem e discordando dessa distinção entre os gêneros. Segato (2010) traz uma análise à luz de Bourdieu exemplificando esse tipo de revolta.

*as dimensões de uma construção da masculinidade que acompanhou a humanidade ao longo de todo o tempo da espécie, o que eu chamei “pré-história patriarcal da humanidade”, caracterizada por uma temporalidade lentíssima ou, em outras palavras, de uma longue-durée que se confunde com o tempo evolutivo. Esta masculinidade é a construção de um sujeito obrigado a adquiri-la como status, atravessando provações e enfrentando a morte(...). Isso gera um efeito que Bourdieu chama de barulho, feito pelas classes, no caso grupos, oprimidos, mas que nesse caso, são observados nos homens, que podem sentir que estão perdendo essa posição de dominação. (SEGATO, 2010, p.117)*

Outro exemplo desse barulho que os homens, sentindo a perda de privilégios, está nos comentários – com 63 gostei e 16 não gostei – do leitor de nome Paulo Silva comentou:

*Denominar "FEMINICÍDIO" o assassinato de mulher é de uma estupidez inominável. Essa besteira só pode vir desse mundo totalitário globalista do 'politicamente correto' da NOM. Mundo das inversões e do estímulo a conflitos entre as partes pela tese e antítese. Homicídio significa o ato de matar um ser humano. Ponto final.” (Paulo Silva)*

Além de demonstrar desconsiderar ou desconhecer as leis, os comentários trazem também um discurso de ódio podendo se evidenciado nos comentários como: “99% das feministas são carentes.... 1% eh misandriaca” ou “Pô Jorge Namorar uma feminista é bom demais vc que não sabe kkkkk” e “mais uma feminista jumenta.” que evidenciam opiniões carregadas de emoções, ideologias e ódio contra feministas. Além do conceito de Meyer-Pflug (2009), o autor Diaz (2011, p.575) caracteriza esse tipo de discurso “Debe notarse que el hate speech ‘va más allá de la simple expresión de rechazo o antipatía’, ya que ‘trata de promover la hostilidad contra las personas respecto de quienes se dirige la conducta discriminatoria’”<sup>235</sup>.

Além dessa incitação e desconhecimento sobre as leis e causas, é observado também uma culpabilização das vítimas nos comentários de Dono Verdade que escreveu: “Nada a ver uma coisa com a outra. Vítimas de feminicídio, mortas por serem mulheres??? Que estupidez é essa? Foram mortas porque se envolveram com pessoas que não deveriam.” Ou outro internauta, João Paulo, “A menina mais linda de todas acima, foi morta pelo ex-namorado que é presidiário. Desculpa a sinceridade, mas namorar um tras(t)e desses é pedir pra morrer. Meninas, tenham mais critério na hora de escolher o homem da sua vida.” Nos comentários podemos observar que a culpa não é dos criminosos que violaram a lei, ou que cometeram assassinato, mas das vítimas que se envolveram com eles. Lucas Erico em seu comentário exemplifica isso:

*sério isso? Agora inventaram mais essa? MORRERAM POR CIÚMES DE ALGUM DOIDO OU DOIDA, POR TEREM TRAI DO PARCEIRO(A) E POR UMA INFINIDADE DE OUTROS MOTIVOS IDIOTAS, NÃO MORRERAM POR SEREM MULHERES, mas nesse lixo de país, está na moda a cultura do vitimismo, mais homens morrem pelos mesmos motivos, mas não dá ibope fazer matéria sobre isso..... (sic) (Lucas Erico).*

<sup>235</sup> “Deve-se notar que o discurso de ódio vai mais além de uma simples expressão de oposição ou antipatia, trata-se de promover a hostilidade contra as pessoas a respeito de quem se dirige a conduta discriminatória.” (DIAZ, 2011, p. 575)



Ao afirmar que morreram por ter traído os parceiros, Lucas Erico entende que os parceiros só reagiram a uma ação das vítimas, o internauta demonstra que a reação é uma reação esperada e normal. Esse pensamento não segue isolado, outros leitores como Robert Henrique também reproduzem esse discurso em “se acredita que elas foram mortas por serem mulheres ou por ter um relacionamento conturbado?” ou Amanda que diz “foram trair os maridos.... acontece isso....quer solução?...aprenda a conhecer primeiro a pessoa antes de ter relacionamento ou casar.”. Esses comentários evidenciam a culpabilização da vítima termo cunhado por Ryan (1971) ao se referir aos negros mas atualmente utilizado quando o assunto é estupro de mulheres, e os mesmos discursos de culpabilização são evidenciados.

Essas práticas sociais estão diretamente interligadas às práticas discursivas que acusam a mulher de causar a violência contra si identificadas nos comentários da matéria veiculada no portal g1. Tratando o feminicídio como uma naturalização da violência contra a mulher.

## INQUIETAÇÕES FINAIS

Ao final das reflexões empreendidas se identificam discursos que justificam e reproduzem o feminicídio, quando em comentários culpabiliza-se a vítima e não o autor do crime, ou até mesmo quando são identificados discursos de ódio contra mulheres, feministas e pessoas que defendem questões de gênero, com xingamentos, ataques e reprodução de discurso de ódio.

Desse modo, percebe-se que o G1 acaba causando uma confusão ao trazer matérias como Femicídio e feminicídio juntas, ao não explicar o conceito de cada uma, ao tratar como crime passional, e no modo como descreve os fatos atenuar informações que levem aos leitores uma subjetividade construída que influencia na opinião do seu público. E este público reproduz discursos de classes divididas e que são diretamente afetadas com a nova legislação, quando se identificam com o criminoso e acabam justificando o crime, como sendo passional ou algo normalizado socialmente devido a vítima, mulher assassinada, ter praticado algumas ações e essas ações serem consideradas erradas e/ou reprovadas socialmente, seja no relacionamento, desde a escolha do parceiro, que justificaria a morte, até possíveis traições que refletem em discursos de culpabilização da vítima.

A distância entre os interlocutores e a possibilidade de anonimato facilitam a reprodução desse discurso pelos sujeitos, além de uma interação com as curtidas desses comentários carregados de discurso de ódio que podem indicar que outras pessoas concordem com aquela reprodução do discurso. A justificativa do feminicídio, como crime de ódio, passional, é alimentada por discursos de ódio contra mulheres, no qual o homem se vê ameaçado, ou sua situação de suposta superioridade ferida por alguma ação de contrariedade do ser mulher na modernidade.

Não é que homens não morram mais que mulheres, mas de acordo com dados da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República<sup>236</sup> de um total de 52.957 denunciante de violência, 77% afirmaram ser vítimas semanais de agressões, e em 80% dos casos o agressor tinha vínculo afetivo com a vítima (marido, namorado, ex-companheiro). Essa relação entre os enunciados dos discursos presentes nos comentários, quando justificam a motivação por rompimento de relação, traição ou outros motivos relacionados a imagem de masculinidade vista pela sociedade. Essa cobrança social pela masculinidade, a manutenção dessa honra, a visão de mulher, as pressões sociais, esses acabam reproduzindo discursos e alimentando enunciados que justificam a morte de milhares de mulheres no Brasil e no mundo.

## REFERÊNCIAS

BEAUVOIR, S. de. **O Segundo Sexo**, v.I, II. Tradução Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

DIAZ, A. P. **La penalización de la incitación al odio a la luz de la jurisprudencia comparada**. Revista Chilena de Derecho, v. 38, n. 2, p. 503-609. 2011.

FOUCAULT, M. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

\_\_\_\_\_. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

MEYER-PFLUG, S. R. **Liberdade de Expressão e Discurso do Ódio**. São Paulo; Editora Revista dos Tribunais, 2009.

PRIMO, A.; TRÄSEL, M. R. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

RUSSEL, D. E. H.; CAPUTI, J. **Femicide**, 1992. Disponível em: <<http://www.dianarussell.com/femicide.html>>. Acesso em 21 de março de 2017.

RUSSEL, D.; RADFORD, J. **Feminicidio**. La política del asesinato de las mujeres. CEIICH, UNAM, 2006.

SEGATO, R. L. Femi-geno-cídio como crimen en fuero internacional de los Derechos Humanos: el derecho a nombrar el sufrimiento en el derecho. In: **Una Cartografía del Feminicidio en las Américas**. México, 2010.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# Que crime é notícia? Uma análise de matrizes discursivas que perpassam a reportagem investigativa no Brasil

## What crime is news? An analysis of discursive matrices that permeate investigative reporting in Brazil

*Seane Alves Melo<sup>237</sup>*

*Marco Roxo<sup>238</sup>*

**RESUMO:** Neste artigo tentamos identificar matrizes discursivas que perpassam a noção de “jornalismo investigativo” no Brasil, desde o período de ditadura militar até os dias atuais, para observar deslocamentos de sentido nos atos de nomeação da prática. Assim, tentamos reconstituir duas abordagens do investigativo: uma matriz policial, predominante até o período ditatorial, que se caracterizava pela exploração de temáticas populares e enfatizava a coragem dos jornalistas; e uma matriz política, caracterizada pela predominância de investigações de corrupção e pela atuação de instituições como a Abraj, dedicadas à crescente profissionalização do jornalismo.

**PALAVRAS CHAVE:** Jornalismo investigativo, Jornalismo policial, Corrupção.

**ABSTRACT:** In this paper, we try to identify discursive matrices that permeate the notion of "investigative journalism" in Brazil from the period of military dictatorship until the present day, in order to observe displacements of meaning in the acts of naming the practice. Thus, we tried to reconstitute two approaches of the investigative: a police matrix, predominant until the dictatorial period, that was characterized by the exploration of popular themes and emphasized the courage of the journalists; and a political matrix characterized by the predominance of investigations of corruption and the performance of institutions such as Abraj, dedicated to the growing professionalization of journalism.

**KEY WORDS:** Investigative journalism, Police Reporting, Corruption.

### INTRODUÇÃO

Neste artigo tentamos identificar as matrizes discursivas que perpassam a noção de “jornalismo investigativo” no Brasil, desde o período de ditadura militar (1964 a 1982) até os dias atuais. O nosso argumento é de que a noção, nas décadas de 1960 e 1970, estava associada sobretudo ao jornalismo policial e a grandes reportagens que diziam respeito à “realidade” política e social. Ao passo que, com a redemocratização, principalmente a partir da década de 1990, a matriz discursiva que ganha força está relacionada à investigação de corrupção na administração pública.

Em levantamento anterior (Melo, 2016), foi possível constatar pelo menos três apropriações do discurso do “jornalismo investigativo” na bibliografia sobre o jornalismo brasileiro a partir da análise de trabalhos teóricos (Correia, 2012; Dines, 1986; Faro, 1999; Lopes e Proença, 2003; Sequeira, 2005; e outros), dentre as quais o entendimento de jornalismo investigativo como sinônimo de policial e político já figuravam, por isso a opção em retomar esse recorte para nova análise.

Cabe notar que, na época, optamos pelo uso do termo “apropriações” para tratar das distintas significações da categoria “investigativo” entre autores da década de 1980 até os anos 2000, mas, atualmente, vemos a necessidade de revisar este termo e substituí-lo pela noção de *matriz discursiva*, entendida como modo de abordagem da realidade, que implica o uso de determinadas categorias de nomeação e interpretação (Sader, 1988). O ganho que a noção oferece ao trabalho diz respeito, sobretudo, ao entendimento de que os sujeitos não são completamente livres para produzir seus discursos, mas recorrem a matrizes constituídas.

<sup>237</sup> Seane Melo é doutoranda em Comunicação na Universidade Federal Fluminense e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA/USP), Brasil, seanemelo@gmail.com.

<sup>238</sup> Marco Roxo é Doutor em Comunicação e Professor do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, Brasil. Email: marcos-roxo@uol.com.br.

Neste artigo empregaremos como metodologia o trabalho de reconstituição de matrizes discursivas, segundo o qual é necessário, primeiramente, reconhecer características do *lugar social* de onde as matrizes são emitidas (natureza interna e forma particular de estabelecer suas relações); bem como reconstituir o *molde*, isto é, os atos de linguagem envolvidos, os principais enunciados e outros elementos expressos na organização argumentativa da matriz. Este trabalho, portanto, será realizado a partir da análise dos próprios discursos (autorreferenciais) sobre jornalismo investigativo, em uma tentativa de entender os significados dados às experiências jornalísticas atreladas a estas práticas, seus valores, predicados e formas de nomeação dos agentes associados a elas (Sader, 1988, p.145).

Defendemos que o desenvolvimento da reportagem policial ajuda a consagrar e identificar o campo do jornalismo popular em oposição aos jornais que têm a reportagem política como referência e, portanto, são dirigidos para um tipo de audiência formada pelo *mainstream* político-partidário e sociocultural. Em suma, acreditamos que o desenvolvimento dessas duas matrizes demarcam uma clivagem popular/elitista no jornalismo brasileiro relativamente similar à existente nos países com maior tradição liberal-democrática como os Estados Unidos e os países da Europa.

Um dos aspectos que se destaca nos relatos sobre a memória do jornalismo praticado dentro da primeira matriz é a questão da coragem pessoal dos repórteres uma vez que essas práticas jornalísticas envolviam tensas relações com a polícia, criminosos e os órgãos de repressão da ditadura militar. Já com relação à segunda matriz, observamos, a partir da criação da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) em 2002, uma tentativa de disciplinarização da prática jornalística investigativa, que abriu espaço para o crescimento da compreensão do jornalismo investigativo como publicização de casos de corrupção. Temos como objetivo, ainda, refletir sobre o crescimento desta segunda matriz discursiva como fruto de uma agenda internacional e observar as instituições estão envolvidas nesse circuito.

## A MATRIZ POLICIAL

Para reconstituir a matriz discursiva que chamamos de matriz policial e está atrelada a um jornalismo mais atrelado para temáticas populares, é necessário chamar a atenção para dois aspectos da história do jornalismo brasileiro. O primeiro trata de um primeiro processo de industrialização da imprensa no Brasil. A formação de jornais orientados por temáticas populares somente tomou forma nos anos 1950 com a emergência do populismo como fenômeno político de massas (1945-1964). De um lado, a ampliação do seu “universo cultural” se deu através dos meios de comunicação (Montes, 1981; Goldstein, 2017) sendo sua ideologia (o trabalhismo) associada à capacidade de difusão do rádio (Gomes, 1988). Mas sua dimensão mística e sensacionalista ganhou relevo através do lançamento de impressos. *O Dia* (1951), *Última Hora* (1951) e *Luta Democrática* (1954) foram empreendimentos de sucesso por estarem centrados na tríade crime, sexo e sindicato. Os êxitos destes jornais nos mercados político e de massas aproximaram seus leitores do “mundo cão”, transformando-os em eleitores sensíveis às plataformas políticas dos seus proprietários (Siqueira, 2002; Sarmiento, 2008).

O segundo diz respeito a quem praticava a reportagem policial, pois os anos 1950 também se caracterizam pela adaptação dos jornais cariocas ao estilo narrativo e a deontologia do modelo de jornalismo objetivo praticado nos Estados Unidos. É preciso chamar a atenção para a reação de um grupo de jornalistas contra a *tiranía* do copidesque e dos rigores implantados no novo jornalismo de classe média, cujos adeptos eram classificados por Nélson Rodrigues como os *idiotas da objetividade* (Ribeiro, 2007, p. 231). Esse tipo de reação não comportava a defesa, pelo menos explícita, de um jornalismo de estilo popular que as reformas queriam aniquilar (Roxo, 2016). Mas, ao contrário, esboçava a defesa da genialidade e da expressão subjetiva que a rigorosa sistematização discursiva implantada ameaçava.

Foi dentro deste cenário que a grande reportagem policial se desenvolveu. De um lado, a aproximação da reportagem com os valores e práticas do modelo de jornalismo objetivo pode ter engendrado o prestígio social do trabalho de investigação jornalística na defesa de valores impulsionados por uma “indignação honesta” como a dos *muckrakers* norte-americanos<sup>239</sup> (Ettema & Glasser, 1998, p. 61) nos quais os jornalistas brasileiros pareciam começar a se inspirar.

No entanto, isso não impedia que os agentes pertencentes a esses dois extremos da comunidade jornalística buscassem prestígio social através do uso de recursos como qualidade narrativa, visibilidade social, proximidade com as fontes e a coragem do correspondente de guerra (Neveu, 2005, p. 28). Daí a valorização e popularização de repórteres como David Nasser, Edmar Morel, Joel Silveira e outros, disputados a “peso de ouro”

<sup>239</sup> *Muckrakers* é o termo pelo qual ficaram conhecidos os primeiros jornalistas investigativos norte-americanos, que atuaram, sobretudo, em revistas nacionais e atuaram no início do século XX até o início da I Guerra Mundial (PROTESS et al, 1991)

pelos empresas, que ganharam notoriedade através de furos de reportagem desvendando assassinatos, adultérios, casos de corrupção etc. (Ribeiro, 2007, p. 319).

Fundamental dentro desse contexto foi a criação do Prêmio Esso de Jornalismo em 1956, como forma de fortalecer o senso de identidade e profissionalismo entre os repórteres e impulsionar o exercício da grande reportagem. Foi no bojo desse processo que o repórter Octávio Ribeiro, conhecido como Pena Branca, se tornou conhecido do público. Famoso entre os pares, ele ganhou notoriedade através de um conjunto de entrevistas para o semanário alternativo *Pasquim* em 1976.

Devido ao sucesso e repercussão provocados pelos relatos das aventuras do repórter em becos, ruelas das favelas cariocas e com suas descrições das formas de vidas desses lugares, em 1977, ele lançou *Barra Pesada* pela Codecri, editora de propriedade dos cartunistas Henfil e Jaguar. A capa do livro é uma foto do cadáver de José da Rosa Miranda, o Mineirinho, marginal que no fim da década de 1950 era considerado pela polícia carioca o bandido número um da cidade do Rio de Janeiro. Pena Branca era estagiário do jornal *Última Hora*, quando entrevistou Mineirinho no morro da Mangueira em 1959. Apesar da fama do criminoso, a polícia não sabia a localização do criminoso, o que deu extremo valor jornalístico à entrevista, considerada como prova da coragem e iniciativa individual do jornalista<sup>240</sup>. Em entrevista, Pena Branca contou sua tática para subir o morro:

*Tem que fazer amizade no pé da montanha, senão você morre lá em cima. O papo começa com a garotada esfarrapada – olheiros dos marginais. A boa política é distribuir balas, refrigerantes, pipas, bolas de gude, figurinhas, notas de um cruzeiro para as crianças. Vencida a primeira barreira – elas já não avisam que tem sujeira no morro – você parte para outro obstáculo: as tendinhas. É bom ser generoso com seus freqüentadores, pagando marafo para os parasitas, cervejas para as mundanas. Mundo desconfiado interroga o visitante até saber sua origem: polícia, vagabundo ou otário. Se o raio x for positivo, o cara tem livre acesso nas vielas. Em caso de dúvidas dos moradores, o visitante tem que escapar rápido, pois pode sofrer uma desagradável traição (Idem, op. cit, p. 18).*

Pena Branca – visto por seus pares como praticante da verdadeira reportagem, “aquela que o povão verdadeiramente curte” como “nessas histórias de violência, de caçadas, homens e bichos” – atuou também como uma espécie de professor como editor de Polícia de *O Jornal*, sendo responsável pela formação de jornalistas investigativos como Tim Lopes, cujo assassinato brutal inspirou a criação da Abraji em 2002. Pode-se dizer que seu prestígio na comunidade jornalística era alto, mas Pena Branca era um jornalista de origem popular cuja presença nas redações se tornou rara com a obrigatoriedade da formação superior exclusiva para o exercício profissional do jornalismo.

A ideia de que esse tipo de repórter tinha consciência do “papel social do jornalismo” (Beraba, 2007, orelha) se tornou um tipo de discurso de defesa do jornalismo investigativo nos tempos atuais. Isso visa legitimar as tentativas da Abraji de sistematizar o exercício dessa prática bem como sustentar a importância da mesma como uma das instâncias da “accountability” na dinâmica política atual. É o que veremos a seguir.

## A MATRIZ POLÍTICA

A partir dos anos 2000, os discursos sobre o jornalismo investigativo enfatizam a relação da prática com a democracia, apoiados no argumento de que é nesse tipo de regime que se pode alcançar a autonomia necessária para o exercício profissional do jornalismo investigativo. Por essa lógica, então, as reportagens que recebem o selo investigativo tendem a ser trabalhos publicados após a redemocratização do país. Atrelado a isso, outro aspecto marcante dessa matriz é a predominância dos casos de corrupção nos exemplos de reportagens investigativas premiadas ou mencionadas em livros, fato que pode ficar mais evidente na pesquisa de Nascimento (2010).

Um fato marcante que coincide com o fortalecimento dessa matriz discursiva diz respeito aos agentes e instituições do campo jornalístico. Em setembro de 2002, após um congresso intitulado “Jornalismo Investigativo: Ética, Técnica e Perigos”, realizado no Rio de Janeiro por ocasião da morte de Tim Lopes, o jornalista Marcelo Beraba - que trabalhou para *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Folha de S.Paulo* e *Jornal da Globo* (TV) - enviou um e-mail para 44 profissionais do jornalismo, convidando-os para formar a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji). No site da instituição é possível ter acesso a um trecho do e-mail:

*Durante o Seminário, vários de nós voltamos a nos perguntar por que não temos ainda no Brasil uma instituição formada e mantida por jornalistas, independente, voltada para a troca de informações entre nós, para a formação profissional, para o aprofundamento dos conhecimentos e uso de ferramentas na área do*

<sup>240</sup> Ver prefácio escrito por Mino Carta. In Ribeiro, 1977: 10-13.

*jornalismo investigativo, para a formação de uma literatura e bancos de dados, para a promoção de seminários, congressos e oficinas de aperfeiçoamento profissional (Abraji, 2018).*

O trecho, selecionado pela própria Abraji para iniciar sua apresentação, enfatiza a formação, aperfeiçoamento e crescimento profissional. Da mesma forma, em seu estatuto social, a associação estabelece como objetivos o “aprimoramento profissional dos jornalistas e a difusão dos conceitos e técnicas da reportagem investigativa”. É importante pontuar a ênfase na formação profissional no contexto de criação da Abraji, pois há uma relação entre a crescente profissionalização e o fortalecimento dos discursos de matriz política no jornalismo.

Essa relação fica mais clara quando a instituição especifica suas atividades. Além de promoção e organização de cursos e seminários, intercâmbio de informações, estímulo ao jornalismo investigativo e apoio ao uso de recursos de computador<sup>241</sup>, consta ainda a defesa da “democracia, do livre exercício do jornalismo investigativo e da liberdade de expressão. Entre suas prioridades estão, (sic) a defesa da transparência nos negócios públicos e a garantia de livre acesso às informações dos órgãos públicos” (Abraji, 2016, p. 01).

É interessante ainda lançar um olhar para a trajetória profissional da atual diretoria (2016-2017) da Abraji. Com base em pequenas biografias disponíveis no site da instituição sobre cada um dos 10 dirigentes, é possível notar que seis<sup>242</sup> deles, incluindo o Diretor, Thiago Herdy, e o Vice-diretor, Vladimir Neto, destacam a atuação na cobertura de política. No texto de outro dirigente, Fábio Oliva, esse fato é ainda mais curioso, além de jornalista e advogado, ele também se define como “ativista da luta anticorrupção”.

Além da trajetória social dos agentes da Abraji e dos seus discursos, acreditamos que uma importante chave interpretativa para a compreensão da emergência dessa matriz política diz respeito à influência norte-americana na profissionalização do jornalismo investigativo no Brasil. Isto pode ser melhor observado a partir das relações da associação com o jornalista Rosental Calmon Alves. Segundo perfil produzido pela própria Abraji, por ocasião do 6º Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo (2011), durante o qual foi homenageado, Rosental se tornou diretor do Knight Center for Journalism in the Americas em 2002, após receber um financiamento de US\$ 2 milhões de dólares da Knight Foundation, fundação cujo objetivo é promover excelência no jornalismo e o sucesso das comunidade na qual trabalha<sup>243</sup>. Sobre a instituição dirigida por Rosental, consta no texto da Abraji:

*Um das principais atividades do centro é um programa inovador de ensino à distância com cursos ministrados em inglês, espanhol e português. O centro ajudou a criar uma nova geração de organizações de jornalismo independentes e autossuficientes na América Latina. No Brasil, o apoio do Knight Center culminou com a criação da Abraji (Abraji, 2011, p. 01).*

Além da Abraji, fundações como o Fopea (Foro de Periodismo Argentino) e o Fopep (Foro de Periodistas Paraguayos) também contaram com o incentivo do jornalista para a fundação.

Esperamos ter chamado atenção para três aspectos marcantes do que denominamos de “matriz política”, a saber: a proximidade com discursos de defesa ou promoção da democracia, a relação com propostas e movimentos de profissionalização ou “modernização” do jornalismo e a ênfase na investigação da administração pública como principal agenda profissional. Acreditamos que é necessário enfatizar esses aspectos pois, além de constituírem os *molde*s ou principais enunciados desta matriz, com frequência esses aspectos são naturalizados na compreensão do jornalismo moderno, herdeiro da influência norte-americana.

## CONCLUSÃO

Podemos afirmar que, pelo menos desde 1950, as bases que sustentam a relação próxima entre jornalismo e investigação de corrupção, ganham força no Brasil com a modernização da imprensa carioca (Ribeiro, 2007). O alicerce da “matriz política” pode ser encontrada mesmo na definição de jornalismo de Beltrão (1992) inicialmente publicada em 1960, segunda a qual “jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum” (Beltrão, 1992, p. 67). No entanto, da mesma forma que o noticiário político pode servir ao intuito de orientar a opinião pública, as tradicionais reportagens policiais também poderiam reivindicar esse lugar. De forma que o que nos interessa pontuar é o crescimento da relevância dada ao jornalismo político, especialmente aquele cuja agenda está voltada para a investigação de corrupção, em detrimento de reportagens investigativas interessadas na “realidade social” ou em outras coberturas de cunho popular.

<sup>241</sup> Acreditamos que a Abraji faz referência ao que, em 2002, se conhecia como Reportagem com Auxílio do Computador (RAC), mas que, desde o *WikiLeaks*, é mais comumente conhecido como Jornalismo de Dados (GRAY, BOUNEGRO e CHAMBERS, 2012)

<sup>242</sup> Thiago Herdy, Vladimir Neto, Fábio Oliva, Alana Rizzo, Daniel Bramatti e Maiá Menezes.

<sup>243</sup> Disponível em: <https://www.knightfoundation.org/statement-of-strategy>

Tumber e Waisbord (2004) notam que, frequentemente, o estudo dos escândalos políticos é sobreposto pelo estudo dos motivos de corrupção. Por essa mesma linha de raciocínio, se admite que a intensa cobertura de escândalos é consequência do aumento da própria prática litigiosa (fala-se de uma “global criminal economy”), já que “scandals are corruption revealed” (Lowi apud Tumber e Waisbord, 2004, p. 1032).

Nossa opção é partir por outra linha de análise, uma que recusa a inseparabilidade entre escândalo (ou jornalismo investigativo) e corrupção e se interessa em investigar as próprias condições de publicização dos escândalos. Em nosso entendimento, uma das chaves para fazer esta indagação está na análise da crescente profissionalização do jornalismo investigativo.

Em artigo recente, Albuquerque (2017) aponta, a partir da situação brasileira pós-golpe de 2016, a necessidade de uma abordagem pós-colonial para a relação entre imprensa e política no Brasil. Segundo o autor, o modelo ocidental do Quarto Poder - segundo o qual a liberdade de imprensa naturalmente age em prol da *accountability*, protegendo o interesse comum dos cidadãos de governos corruptos - não deve ser tomado como uma norma universal. Sua análise indica que há uma reinterpretação de valores ocidentais em sociedades pós-coloniais, realizada por elites que se sentem incumbidas da missão de civilizar a população, incluindo a própria imprensa *mainstream*, coincidentemente, a mesma que mais ganha prêmios por reportagens investigativas (Melo, 2015).

Sem fugir aos propósitos desse trabalho, a referência ao trabalho de Albuquerque é providencial por indicar a possibilidade de pensarmos mais profundamente as influências internacionais por trás do fortalecimento da “matriz política” no jornalismo investigativo brasileiro, que, como vimos, anteriormente, se vinculava mais à editoria de polícia e era praticado por jornalistas portadores de diferentes capitais culturais, frequentemente, oriundos de classes mais baixas, como Pena Branca.

Assim, observando o entrelaçamento de relações entre instituições brasileiras e internacionais, como a *Knight Foundation*, *Open Society Foundations*, *Fundação Ford*, *Porticus*, *Oak Foundation* (financiadoras de iniciativas de jornalismo investigativo no Brasil como Agência Pública e Escola de Dados) ou até mesmo como *Google News Lab* e *Facebook Journalism Project* (patrocinadoras do último congresso da Abraji), acreditamos que existe um caminho de análise da passagem de uma matriz discursiva para outra que envolve a participação desses agentes. Por este caminho, é preciso procurar entender que democracia se procura defender e promover – algo que aparece na missão de quase todas essas instituições – e como cursos, aperfeiçoamentos e treinamentos de jornalistas podem ter contribuído para uma guinada discursiva que passa da exaltação da coragem e fardo do jornalista para a afirmação de expertise com análise de dados e fontes.

## Referências

- ABRAJI. (2018). Sobre a Abraji. *Site da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo*. Disponível em: <http://abraji.org.br/institucional/#sobre-a-abraji>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2018.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Estatuto Social da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo*. Disponível em: [http://abraji.org.br/static/arquivos/transparencia/EstatutoSocial\\_Abraji\\_2016.pdf](http://abraji.org.br/static/arquivos/transparencia/EstatutoSocial_Abraji_2016.pdf). Acesso em: 19 de fevereiro de 2018.
- \_\_\_\_\_. (2011). Rosental Calmon Alves: uma vida dedicada ao jornalismo. Disponível em: <http://livrozilla.com/doc/1675267/rosental-calmon-alves-uma-vida-dedicada-ao-jornalismo>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2018.
- ALBUQUERQUE, A. (2017). Protecting democracy or conspiring against it? Media and politics in Latin America: a glimpse from Brazil. *Journalism*. November 4, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884917738376>.
- BELTRÃO, L. (1992). *Iniciação à filosofia do jornalismo*. São Paulo: Edusp.
- CORREIA, E. L. (2012). *História e ficção na narrativa de um escândalo midiático*. 2012. 411 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — Universidade de Brasília, Brasília.
- DINES, A. (1986). *O papel do jornal: uma releitura*. 4 ed. São Paulo: Summus.
- ETTEMA, James S. & GLASSER, T. (1998). *Custodians of conscience: investigative journalism and public virtue*. New York: Columbia University Press.
- FARO, J. S. (1999). *Revista Realidade, 1966-1968: tempo de reportagem na imprensa brasileira*. Canoas: Ed. da ULBRA/AGE.
- GOMES, A. de Castro (1988). *A Invenção do Trabalho*. São Paulo: Vértice.
- GOLDSTEIN, Ariel. (2017). La Prensa Brasileña y sus “Cruzadas Morales”: Un Análisis de los Casos del Segundo Gobierno de Getúlio Vargas y el Primer Gobierno de Lula da Silva. *Revista Dados*, vol.60, n.2, pp.395-435.
- GRAY, J.; BOUNEGRO, L.; CHAMBERS, L. (2012). *The data journalism handbook*. Beijing: O’Reilly Media.
- LOPES, D. F. & PROENÇA, J. (2003). *Jornalismo investigativo*. São Paulo: Publisher Brasil.
- MELO, S. A. (2015). *Discursos e práticas: um estudo do jornalismo investigativo no Brasil*. 152 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. ECA USP: São Paulo.

- \_\_\_\_\_. (2016). Da grande reportagem ao escândalo político: os percursos do jornalismo investigativo no Brasil. *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM*, v. 4, p. 176-185.
- MONTES, M.C. (1981). O discurso populista ou caminhos cruzados. In: MELO, J.M (orgs.). *Populismo e comunicação*. São Paulo: Cortez.
- NASCIMENTO, S. (2010). *Os novos escribas: o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial.
- PROTESS, D. L. et al. (1991). *The journalism of outrage: investigative reporting and agenda building in America*. New York: The Guilford Press.
- RIBEIRO, A. P. G. (2007). *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers.
- RODRIGUES, Antônio Edmilson Martins. (2000). *João do Rio: a cidade e o poeta*. Rio de Janeiro, FGV.
- RODRIGUES, Néelson. (1977). *O Reacionário: memórias e confissões*. Rio de Janeiro: Record.
- SARMENTO, Carlos Eduardo. (2008). *O Espelho Partido da Metrópole*. Rio de Janeiro, FAPERJ/FOLHA SECA.
- SADER, E. (1988). *Quando novos personagens entraram em cena: experiências, falas e lutas dos trabalhadores da Grande São Paulo (1970- 1980)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- SEQUEIRA, C. (2005). *Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia*. São Paulo: Summus Editorial.
- SIQUEIRA, Carla. (2002). *Sexo, crime e sindicato: sensacionalismo e populismo nos jornais Última Hora, O Dia e Luta Democrática durante o segundo governo Vargas (1951-1954)*. Tese de Doutorado em História. Rio de Janeiro: PUC-Rio.
- TUMBER, H. & WAISBORD, S. R. (2004) Introduction: Political scandals and media across democracies, volume II. *American Behavioral Scientist*, v. 47, n. 9, p. 1143-1152.
- WAISBORD, Silvio. (2000). *Watchdog journalism in South America: news, accountability, and democracy*. New York: Columbia University Press.



Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

# O jornalismo produzido a partir das periferias de São Paulo

## The journalism produced from the peripheries of São Paulo

Cláudia Nonato<sup>244</sup>

**RESUMO:** Este artigo apresenta a pesquisa *A produção de notícias a partir das periferias de São Paulo: perfil, rotinas e novas configurações do trabalho jornalístico*, que tem o objetivo de mapear as iniciativas de jornalistas que atuam na periferia da cidade de São Paulo. Pretende-se traçar o perfil dos jornalistas que desenvolvem esse trabalho, além de procurar entender a nova configuração de jornalismo que é produzido ali. A pesquisa visa também conceituar o termo “periférico”, além de analisar as rotinas desses profissionais, a atuação junto às comunidades e a viabilidade financeira dessas iniciativas. A metodologia adotada será a pesquisa exploratória. Como resultado, espera-se conhecer e divulgar o perfil do jornalista que está trabalhando com foco no local/periférico, e entender as suas motivações.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; jornalistas; jornalismo periférico.

**RESUMEN:** En este artículo se presenta la investigación *La producción de noticias a partir de las periferias de São Paulo: perfil, rutinas y nuevas configuraciones del trabajo periodístico*, que tiene el objetivo de mapear las iniciativas de periodistas que actúan en la periferia de la ciudad de São Paulo. Se pretende trazar el perfil de los periodistas que desarrollan ese trabajo, además de procurar entender la nueva configuración de periodismo que se produce allí. La investigación pretende también conceptualizar el término "periférico", además de analizar las rutinas de esos profesionales, la actuación junto a las comunidades y la viabilidad financiera de esas iniciativas. La metodología adoptada será la investigación exploratoria. Como resultado, se espera conocer y divulgar el perfil del periodista que está trabajando con foco en el local / periférico, y entender sus motivaciones.

**PALABRAS CLAVE:** periodismo; periodistas; periodismo periférico.

**ABSTRACT:** This article presents the research *The production of news from the peripheries of São Paulo: profile, routines and new configurations of journalistic work*, which aims to map the initiatives of journalists working in the outskirts of the city of. It is intended to outline the profile of the journalists who develop this work, in addition to seeking to understand the new configuration of journalism that is produced there. The research also aims to conceptualize the term "periphery", in addition to analyzing the routines of these professionals, the action with the communities and the financial viability of these initiatives. The methodology adopted will be exploratory research. As a result, it is expected to know and publicize the profile of the journalist who is working with a focus on the local / peripheral, and understand their motivations.

**KEYWORDS:** journalism; journalists; peripheral journalism.

## INTRODUÇÃO

Uma das principais marcas da mídia brasileira é a falta de pluralidade; a linha ideológica e editorial normalmente apresentadas não representam a diversidade política e cultural da população do país. Essa pluralidade só poderá ser alcançada com a democratização dos meios de comunicação, que dará oportunidades a novos veículos e grupos, favorecerá rádios e tevês comunitárias, jornais alternativos e aumentará as opções de informação, criando diversas visões no espaço público. Mas, diante do cenário de concentração de propriedades que se apresenta no Brasil, essa é uma realidade distante.

A pesquisa *Media Ownership Monitor Brasil*, feita pela Organização independente Repórter Sem Fronteiras (RSF) em parceria com o Coletivo Intervezes Brasil de Comunicação Social e divulgada no início de 2018, apontou que o controle da mídia no Brasil continua nas mãos de 22 empresários, sendo que a maior parte é formada por

<sup>244</sup> Professora do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM Centro Universitário; pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT - ECA/USP), Brasil. E-mail: claudia.nonato@uol.com.br

grupos familiares. Desses, cinco grupos ou seus proprietários individuais concentram mais da metade dos veículos no país. Ou seja, a audiência da mídia brasileira é controlada, desde sempre, por uma elite econômica formada por homens, brancos e com alto poder aquisitivo.

Apesar de toda a diversidade regional existente no país e das dimensões continentais de nosso território, a pesquisa aponta que os quatro principais grupos de mídia concentram uma audiência nacional exorbitante – que ultrapassa 70% no caso da televisão aberta, meio de comunicação mais consumido no país.

Além da concentração da audiência e da propriedade cruzada de meios de comunicação, o relatório aponta que há ainda uma preocupante propriedade de lideranças religiosas, que procuram direcionar o conteúdo de sua programação para a defesa dos próprios valores. E tal problema não tem a devida fiscalização, pois a legislação que deveria monitorar a concentração de mídia no país é antiga e, segundo o documento, as autoridades competentes limitam-se a receber e registrar as informações enviadas pelas próprias empresas.

Esse problema se estende por toda a América Latina. O Brasil, com a Rede Globo, está entre os quatro maiores conglomerados de mídia latino-americanos, ao lado do México (Televisa), Venezuela (Cisneros) e Argentina (Clarín), grupos que também pertencem a grupos familiares e, juntos, reúnem aproximadamente 60% do faturamento total dos mercados e das audiências da região (Moraes, 2011).

*En América latina, históricamente las empresas de medios de comunicación fueron de propiedad familiar. Sin embargo en las últimas décadas se observa un cambio –paulatino pero incesante– hacia empresas de capitales que integran valorización financiera y grandes negocios mediáticos. Para comprender los procesos de concentración en su real magnitud es preciso, entonces, analizar las diversas formas de control y participación que presentan los grandes grupos de comunicación en la actualidad. En América latina el desplazamiento de los viejos caudillos que artesanalmente gestionaban los gérmenes de los principales grupos regionales por modalidades gerenciales sofisticadas a partir de fines de los años ochenta también contribuye a explicar y comprender el devenir histórico de estos grupos que protagonizan el ecosistema comunicacional de la región (BECERRA y MASTRINI, 2009).*

Dênis de Moraes (2011) afirma que a busca por alternativas inclusivas tem sido uma marca na América Latina nas últimas décadas, como “resultados de mobilizações de setores organizados da sociedade civil e de processos populares contra o neoliberalismo e suas terríveis consequências sociais” (p. 25). O autor analisou a luta de diversos países latino-americanos pela democratização da comunicação, em oposição ao silenciamento e neutralidade das mídias, impostos por esses grandes grupos de comunicação. No Brasil, o avanço dos últimos anos foi quase nulo.

Dentro dessa realidade, o jornalismo mais uma vez se reinventa, sobretudo entre os menos privilegiados. Becerra e Mastrini (2009) chamam a atenção para a insegurança que o domínio desses oligopólios traz para os profissionais da comunicação. Para os autores, esse domínio leva à precarização, com a redução de cargos e postos de trabalho, além da questão da autocensura, que coloca em risco a autonomia do sistema de mídia.

Em relação à notícia, esse domínio leva também ao silenciamento de questões que não são do interesse desses grandes grupos. Questões que não merecem, na opinião desses empresários, serem divulgadas. O levantamento “Atlas da Notícia”<sup>245</sup>, encontrou - em 1125 cidades e 27 Estados do território brasileiro - um total de 5.354 jornais e sites. Esses dados mostram que existem aproximadamente 4.500 municípios no país sem jornais ou sites de notícias no Brasil. Segundo a pesquisa, esses números representam mais de 70 milhões de habitantes, que estão nos chamados “desertos de notícias”.

Diante desse quadro, em busca de alternativas aos grandes grupos de comunicação, jornalistas se apropriam das tecnologias digitais da comunicação para atuar em coletivos organizados horizontalmente (Figaro e Nonato, 2017). Como resultado, surgiram nos últimos anos dezenas de sites e blogs que apresentam propostas totalmente focadas no jornalismo independente e/ou alternativo, apostando em um modelo de jornalismo sem fins lucrativos para manterem a autonomia. São os chamados “novos arranjos econômicos” (idem). Embora também sejam precários, esses arranjos profissionais são encarados como possibilidade de mudanças nas rotinas produtivas, e incorporados como alternativos às formas de trabalho jornalístico tradicional. Além disso, práticas como crowdfunding e o colaborativismo surgem como alternativas de sustentação econômica (Lima, 2015).

Para Carlos Castilho (2014), os nichos especializados e o jornalismo comunitário são alternativas atraentes. Jornalistas que perderam o emprego utilizam a sua experiência, dados, informações e contatos acumulados durante

<sup>245</sup> Feito recentemente pela Atlas Brasil/PNUD/IDHM, Associação Nacional de Jornais, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Baseado no projeto America’s growing news deserts, do Columbia Journalism Report. Disponível em <https://www.atlas.jor.br/>

tempo de trabalho nas redações para produzir matérias locais e vender os textos para as próprias empresas que os demitiram, transformando-se em uma espécie de “correspondente local”.

Mas, apesar de haver um crescente número de coletivos de jornalistas criados a fim de servir de recurso alternativo para fugir do mercado em queda, em iniciativas como “Ponte Jornalismo”, “Nexo”, “Jornalistas Livres” e “Agência Pública”, entre outros, a construção de notícias na periferia em grandes veículos ainda é discreta. A partir da ideia de transpor-se regionalmente e alcançar uma visibilidade externa maior para sua própria localidade, existem grupos de jornalistas que apostam no mercado periférico, produzindo jornalismo e ensinando os jovens da região a produzir jornalismo da/na própria região.

#### **Uma comunicação para as periferias**

A comunicação comunitária voltada para o público da periferia urbana desponta e se fortalece no Brasil a partir dos anos 1990 no Rio de Janeiro, com a articulação de movimentos sociais e grupos comunitários, que se uniram para produzir comunicação contra as contradições e violência das favelas.

*Periferia costuma ser o termo utilizado em discursos que intencionam identificar, de forma genérica e abrangente, o lugar onde vivem os pobres, marginalizados e excluídos do sistema capitalista. Esta maneira de nomear reflete uma atitude, que suprime referências específicas às complexidades entranhadas nas áreas urbanas, construídas pela mobilização de pessoas que, movidas por dinâmicas e necessidades peculiares a cada realidade, ergueram suas moradias em desacordo com as regulamentações oficiais. (FREITAS, 2014, p. 1 e 2)*

Para a autora, a adoção do termo aparentemente ameniza um tom pejorativo já impregnado à “favela”, palavra já significada como lugar de segregação social, cultural e econômica, por conta da falta e/ou inexistência de serviços públicos essenciais, como esgoto, transporte, escolas e postos de saúde, entre outros. É desse modo, portanto, que o termo “periferia” sempre foi exposto na mídia brasileira, seja por meios impressos ou televisivos.

Além disso, Freitas (2014) afirma que, do ponto de vista conceitual, o termo periferia também aparece em campos diversos (Geografia, Sociologia, Antropologia) que abordam a sua divisão espacial, como local que se encontra “à margem” do centro. “O termo periferia opõe-se classicamente à ideia de centro: centros geográficos, econômicos, centros culturais, centros de poder, mas ganha hoje um significado simbólico e político ainda mais radical, pois uma periferia pode ser um ‘nó’ de um novo arranjo numa cultura de redes”, afirma em entrevista a professora Ivana Bentes, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), para quem “as redes de periferias, as bordas, articuladas, não precisam de centro”.

De acordo com o IPEA – Instituto de Pesquisas Econômicas e Aplicadas, aproximadamente 8,4 milhões de pessoas vivem nas periferias da cidade de São Paulo, mas essa realidade não é inserida nas redações dos jornais. Para Amanda Rahra, uma das fundadoras da Agência Escola de Jornalismo “Énois – Inteligência Jovem”, a importância do jornalismo na periferia hoje é total, devido à tradição da imprensa brasileira, formada por jornalistas brancos, de elite, que não representam os moradores. “A nossa comunicação é centralizada, as faculdades são elitizadas, voltadas para aquelas pessoas que têm condições de pagar uma mensalidade, que morem próximo aos grandes centros, enfim, a mídia reflete quem a faz”, afirma. “Formar esse jovem que está na periferia, que está nas bordas da cidade, capacitar para que ele possa ser um produtor de informação do bairro dele, e traduzir essa informação para outras pessoas, faz com que a gente conheça um Brasil melhor” (Nonato, Santana e Silva, 2016).

Esse olhar voltado para comunicação da periferia remete ao que alguns teóricos chamam de “jornalismo local” ou “jornalismo comunitário”, considerados como publicações “mais comprometidas socialmente” (Dornelles, 2008; Peruzzo, 2009). Houve, segundo as autoras, uma valorização do local e do regional nos anos 1990, por conta do comprometimento dos jornalistas e também de um ambiente político, econômico e social do período. Embora semelhantes, os veículos comunitários e local possuem diferenças e especificidades:

Porém, segundo identificou Dornelles (2009), a tendência maior é que a mídia local se ocupe de assuntos mais gerais (das vias públicas, tragédias, violência urbana, tráfico de drogas, política local, serviços públicos, problemas da cidade, culinária regional, etc.), enquanto os meios comunitários trabalham principalmente com pautas de interesse mais específico de segmentos sociais (assuntos dos bairros, do trabalho, dos movimentos sociais, questões de violência, esclarecimentos quanto aos perigos relacionados às drogas e outras problemáticas de segmentos sociais excluídos). “O primeiro tipo de mídia, visa mais a transmissão da informação e o segundo a mobilização social e a educação informal”. (DORNELLES, 2009, p 163).

Em comum, há o fato de ambos tratarem de temas e conteúdos voltados para a comunidade, aos cidadãos locais, e envolvidos no processo de emancipação dos moradores. A mesma abordagem é feita pela chamada comunicação periférica, que aposta no jornalismo feito “de dentro” da comunidade, ou seja, a partir da vivência daqueles moradores, que já estão inseridos naquela realidade. Cansados de ver suas comunidades retratadas pela

mídia tradicional de forma parcial e muitas vezes preconceituosa, jovens têm aproveitado as potencialidades das mídias digitais para produzir eles mesmos o jornalismo que representa sua vida cotidiana. Observa-se, em alguns casos, que os jornalistas atuam como educadores, ou seja, preparam os jovens para utilizarem adequadamente recursos da comunicação, como instrumentos de expressão da cidadania.

## OS CAMINHOS DA PESQUISA

Diante disso, a pesquisa *A produção de notícias a partir das periferias de São Paulo: perfil, rotinas e novas configurações do trabalho jornalístico*, ainda em fase inicial, investiga o perfil dos chamados “jornalistas periféricos” de São Paulo. Para tanto, foi feito um recorte da amostra jornalistas que compõem a “Rede Jornalistas das Periferias”, grupo formado em 2016, que dialoga com um público médio de um milhão de internautas por mês utilizando, principalmente, as redes sociais. A partir desse recorte, será utilizada na pesquisa uma combinação de duas técnicas: o instrumento quantitativo (formulário eletrônico) e o qualitativo (roteiro de perguntas abertas).

Espera-se, com essa pesquisa, conhecer e divulgar o perfil do jornalista que está trabalhando nos dias atuais com foco na periferia; entender as suas motivações, meios de subsistência, hábitos culturais e de consumo. Como resultados iniciais, observa-se que o principal fator limitador dessas mídias periféricas e alternativas, é o financiamento. Muitas não conseguem alcançar um modelo de negócio que possa abranger sua produção e sustentar os profissionais envolvidos. Um dos recursos mais adotados é a inscrição em editais da Prefeitura que visam o fomento de atividades artístico-culturais de grupos e coletivos compostos por jovens e/ou adultos de baixa renda, como o programa de Valorização de Iniciativas Culturais (VAI) ou pela Lei de Fomento às Periferias. Além disso, a falta de financiamento chega às suas estruturas. “Muitos mantêm suas sedes em espaços doados pelos próprios donos dos coletivos, habitualmente nos fundos de casa ou na própria sala de estar” (Silva; Alberto e Nonato, 2016).

Este cenário, no entanto, só se enquadra nas iniciativas que optaram por fazer um modelo de jornalismo mais “noticioso”, como o “Periferia em Movimento”, “Desenrola e Não Me Enrola” e o “Nós, Mulheres da Periferia”, entre outros. Quando analisamos as iniciativas voltadas para a educação, como a “Escola de Notícias e a escola “É Nós – Inteligência Jovem”, o panorama é outro. A barreira com que se deparam é de não serem mais vistas como prestadoras de serviço para a grande mídia, mas de se equipararem a ela em produção de conteúdo, uma vez que essas escolas contam com uma ampla linha de captação de recursos, como apoio de institutos, fundações, doações particulares, editais e crowdfunding.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De modo geral, esses grupos de comunicação periférica afirmam que há a dificuldade em atingir o público alvo, já que a concorrência com a grande mídia ainda é desigual. A possibilidade de alcance e confiabilidade da mídia hegemônica ainda é muito maior do que a mídia periférica. Mas todos compactam do ideal de extinguir os estereótipos criados pela grande imprensa de que a periferia só deve ocupar as páginas policiais. A intenção é valorizar as comunidades ao mostrar sua produção cultural diversa; educar os jovens para que comecem a pensar sobre mídia e a produzir suas próprias histórias. E acima de tudo, sentirem-se representados.

## REFERÊNCIAS

- Becerra, M., Mastrini, G (2009). *Los dueños de la palabra*. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Castilho, Carlos (2014). A alternativa comunitária no jornalismo contemporâneo. *Observatório da Imprensa*. São Paulo, 11 de ago. de 2014.
- Dornelles, Beatriz (2008). Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitários. *Revista ALCEU* - v.8 - n.16 - p. 159 a 173 - jan./jun.
- Fíguro, R., Nonato, C. (2017) Novos arranjos econômicos alternativos para a produção jornalística. *Contemporânea / Comunicação e Cultura* - v.15 – n.01 – jan-abr 2017.
- Freitas, G.B. de (2014). O discurso “periférico” no centro da narrativa midiática. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cultura das Mídias do *XXIII Encontro Anual da Compós*, na Universidade Federal do Pará, Belém, de 27 a 30 de maio de 2014.
- Lima, Cláudia do Carmo Nonato (2015). *Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão*. 2015.250 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.
- Moraes, D. (2011). *Vozes abertas da América Latina*. Estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: Maud/FAPERJ.

Nonato, C., Santana, J. & Silva, D. (2016). Periférico e contra hegemônico: o jornalismo alternativo no Brasil e na América Latina do século XXI. Artigo publicado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM – São Paulo.

Peruzzo, C. (2002). Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: *Anuário Unesco/Umesp e Comunicação Regional*, Ano 6, n. 6, jan-dez, São Bernardo do Campo: UMESP/SP.



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Variación y distribución de los roles periodísticos en los debates presidenciales televisados de Chile en 2005 y 2013<sup>246</sup>

### Variation and distribution of journalistic roles in the televised presidential debates of Chile in 2005 and 2013

*Enrique Salvador Núñez-Mussa<sup>247</sup>*

**RESUMEN:** Este trabajo estudia los roles periodísticos ejercidos por los entrevistadores de los debates presidenciales de las elecciones chilenas de primera y segunda vuelta de 2005 y 2013. Aplicando un modelo de cuatro roles: cívico, perro guardián, estratégico y adversario, se compara la variación de roles entre cada elección y se analiza cómo se distribuyeron. El estudio propone que la diversidad de candidatos incide en la variación de roles ejercidos por los periodistas.

**PALABRAS CLAVE:** Debates presidenciales, Roles periodísticos, Periodistas en debates presidenciales.

**ABSTRACT:** This paper studies the journalistic role performance of the interviewers of the presidential debates of the Chilean elections of the first and second round of 2005 and 2013. Applying a model of four roles: civic, watchdog, strategic and adversarial, the variation of roles is compared between each election and the distribution is analyzed. The study proposes that the diversity of candidates competing in the election affects the variation of roles exercised by journalists.

**KEY WORDS:** Presidential debates, Journalistic role performance, Journalists in presidential debates.

#### TEMA CENTRAL

Esta investigación trata sobre el rol de los periodistas como panelistas o moderadores que entrevistan a los candidatos presidenciales en el contexto de un debate televisado. En el trabajo se prueba un modelo para estudiar cuatro roles periodísticos (cívico, perro guardián, estratégico, y adversario) en el escenario específico de un debate presidencial, comparando la variación entre los roles y cómo estos se distribuyen en los debates emitidos en cadena nacional en la primera vuelta y segunda de las elecciones de 2005 y 2013 en Chile.

Hay estudios sobre las preguntas de los periodistas en los debates desde una perspectiva retórica (ej. Morello, 2005; Matera & Salwen 1996) y de agenda (ej. Turcotte, 2015; Stromer-Galley and Bryant, 2011;), pero no desde los roles periodísticos ejercidos, lo que adquiere relevancia debido a que el debate es una instancia que aporta al proceso democrático y el periodista es un agente dentro de tal.

#### OBJETIVOS

El objetivo general de este artículo es probar un modelo exploratorio para el estudio de roles periodísticos ejercidos por los entrevistadores en el contexto de un debate presidencial televisado en relación con la diversidad de los candidatos que se presentan a la elección, con el fin de aportar a la comprensión de su función en dicha instancia cívica.

<sup>246</sup> Este trabajo contó con la colaboración de los estudiantes de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Francisca Garay, Nicolás Díaz y María Miquel en el contexto del curso Seminario de Investigación.

Este trabajo forma parte de un proyecto financiado por el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Chile, Fondecyt, proyecto N°1170843.

<sup>247</sup> Enrique Núñez-Mussa. Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Magíster, Chile, esnunez@uc.cl

Se estudia particularmente la variación y cómo se distribuyen los roles periodísticos respecto a los candidatos que participaron en dos elecciones diferentes, lo que permite visualizar si el tratamiento hacia los candidatos es equitativo o si hay patrones comunes para abordarlos.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Comparar la variación de roles ejercidos entre dos elecciones con características diferentes: en 2005 los cuatro candidatos tenían experiencia política previa, habían participado en otras elecciones de votación popular y tenían el apoyo de partidos políticos, mientras que en 2013 el espectro de nueve candidatos incluyó a personas sin experiencia política previa, independientes o apoyados por colectividades pequeñas, además de los candidatos más tradicionales apoyados por grandes coaliciones.
- 2.- Identificar si las características de los candidatos influyen en la variación y distribución de los roles ejercidos.
- 3.- Caracterizar los patrones en la aparición de los roles en ambas elecciones.

### **CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIO O DISCUSIÓN TEÓRICA PROPUESTA.**

A diferencia de Estados Unidos o Europa, dónde existe una tradición de estudios sobre debates presidenciales televisados (The Racine Group, 2002), América Latina al ser una región que vivió una ola de dictaduras en los 70 y tuvo que desarrollar una nueva tradición democrática, en la que se incluye el proceso de transmitir por televisión debates entre los candidatos a la presidencia, ofrece aún un amplio terreno de estudio en la materia (Ruiz y Alberro, 2012).

Chile vivió 17 años de dictadura desde 1973 hasta 1989 y para la primera elección presidencial se retomó la tradición de debates televisados organizados por las estaciones de televisión, con la participación de un panel de periodistas actuando como entrevistadores. Hasta hoy, ese es el modelo que se ocupa en el país en los debates organizados por la Asociación Nacional de Televisión (ANATEL), los únicos que se transmiten a todo el país en cada una de las estaciones abiertas asociadas.

Sólo hay un libro que hace un recuento histórico de los debates en Chile desde el regreso a la democracia, desde la perspectiva de un productor que trabajó en la organización de los mismos, *Luz, cámara...elección* de Marcelo Hilsenrad (2017), pero no hay un documento académico que se preocupe de esta área.

Este trabajo establece un puente entre la investigación sobre debates y la que estudia la ejecución de roles periodísticos, relevantes porque contienen en su conceptualización un elemento normativo respecto a la función democrática que cumple un periodista en una sociedad, según el contexto político en el que se desenvuelva (Mellado & Vos, 2017).

Los roles periodísticos se han estudiado y operacionalizado en Chile para la prensa política (Mellado, Rabadán y Elortegui 2017), utilizando el modelo de seis roles que propone Mellado (2015): intervención, perro guardián, facilitador-leal, servicio, infoentretenimiento, y cívico. Hallin & Mellado (2017), notan que tanto los roles cívicos como de perro guardián tiene una presencia relevante en los noticieros de la televisión chilena.

El noticiero y el debate, sin embargo, son contextos diferentes, ya que el primero está inserto en una lógica comercial de competencia entre canales y depende de avisadores e índices de audiencia para subsistir (Schroeder, 2000). El debate presidencial es una instancia híbrida que combina elementos de un producto medial con un acto cívico, cuya misión al presentar a los candidatos exponiendo y contraponiendo ideas construye una disciplina que legitima el sistema democrático (Hinck, 1993). Los roles ejercidos por los periodistas que intervienen como entrevistadores tienen una exigencia normativa mayor.

El debate es en sí mismo un acto de campaña, por ende, al estudiar los roles periodísticos, es necesario revisar los roles identificados en estudios de cobertura de campañas electorales. Por eso, para este trabajo, se prueba un modelo de cuatro roles específicamente para el contexto de los debates televisados.

De Mellado (2015), se utilizó la construcción del rol cívico, pero fue adaptado a las necesidades normativas propias de un debate para su operacionalización como la posibilidad de que las preguntas faciliten la comparación entre los candidatos y que aseguren la espontaneidad de la instancia, introduciendo perspectivas a las que los candidatos no se han enfrentado (Benoit & Klyukovski 2006; Minow & Lamay 2008).

Se trabajó también con el rol de perro guardián, complementario al cívico, identificado y caracterizado por diversos autores (ej. Mellado, 2015; Iyengar, 2011). Se hizo una operacionalización específica para el contexto del debate, por ejemplo, considerando la verificación de datos en vivo a un candidato, por parte de los entrevistadores.

Se sumaron otros dos roles propios de la cobertura electoral. Un rol estratégico, utilizando las dos dimensiones propuestas por Aalberg, Strömbäck y De Vreese (2011), la primera que trata a los candidatos como ganadores y perdedores bajo un marco de juegos, y la segunda que se concentra en la meta política bajo un marco estratégico.

El último rol a incluir fue un rol de adversario, importante por la dinámica de la relación periodista-candidato en un debate, ya que este rol es una deformación del perro guardián en que el periodista busca reconocimiento profesional entrando en discusiones con la fuente (Jamieson & Waldman, 2003), lo que va de la mano con que los debates son considerados un casting al aire para los periodistas (Lehrer, 2011; Clayman, 2002).

## LOS CASOS

Para este trabajo se estudió el rol de los periodistas como entrevistadores en debates presidenciales comparando dos debates ANATEL en dos elecciones diferentes, 2005 y 2013, en la primera ronda de la elección con más candidatos, y en la segunda ronda de la elección en que quedaron solo los candidatos de las dos primeras mayorías.

### 2005

La elección de 2005 presentó a dos candidatos de izquierda, a Michelle Bachelet del Partido Socialista, perteneciente a la mayor coalición de izquierda del país al momento de la elección, la Concertación de Partidos por la Democracia<sup>248</sup>, y Tomás Hirsch del Partido Humanista, representando a una coalición de izquierda más extrema integrada entonces, también por el Partido Comunista, llamada Juntos Podemos Más<sup>249</sup>.

La derecha presentó a dos candidatos pertenecientes a la misma coalición, la Alianza por Chile<sup>250</sup>, Joaquín Lavín de la Unión Demócrata Independiente, representante de una derecha más tradicional en lo económico, político y valórico. Lavín había sido candidato en la elección presidencial anterior (1999), obteniendo la segunda mayoría. El segundo candidato de la derecha, Sebastián Piñera del Partido Renovación Nacional decidió no apoyar a Lavín de su misma coalición, aspirando a llegar a los votantes de centro.

A la segunda vuelta de la elección pasaron Michelle Bachelet con Sebastián Piñera. Bachelet ganó la elección.

Tabla 1

Afiliación política y trayectoria de los candidatos a la presidencia de Chile en la elección de 2005

Candidato	Afiliación política	Trayectoria a la elección de 2005
Michelle Bachelet	Partido Socialista Coalición: Concertación de Partidos por la Democracia	Candidata a alcaldesa de Las Condes en 1996 Ministra de Salud entre 2000 y 2002 Ministra de Defensa entre 2002 y el 2004
Sebastián Piñera	Renovación Nacional Coalición: Alianza por Chile	Senador entre 1990 y 1998 Precandidato presidencial en 1999
Joaquín Lavín	Unión Demócrata Independiente Coalición: Alianza por Chile	Alcalde de Las Condes entre 1992 y 1999 Alcalde de Santiago entre 2000 y 2004 Candidato a la Presidencia en 1999
Tomás Hirsch	Partido Humanista Coalición Juntos Podemos Más	1993 candidato a diputado 1997 candidato a diputado Candidato a la Presidencia en 1999

En el debate ANATEL de primera vuelta que se emitió el 16 de noviembre de 2005, participaron cuatro periodistas representando a los canales TVN, Mega, Canal 13 y CHV. El de segunda vuelta se llevó a cabo el 4 de enero de 2006 y participaron cuatro periodistas cada uno en representación de las mismas cuatro estaciones que en el primer debate.

<sup>248</sup> Nueva Mayoría desde 2013.

<sup>249</sup> La coalición existió hasta 2009.

<sup>250</sup> Chile Vamos desde 2015.



## 2013

La elección de 2013 presenta un contraste con la de 2005, tanto en la cantidad como en el perfil de los candidatos, con nueve candidatos, la mayor cantidad que se ha presentado en una elección presidencial en la historia de Chile. Por esa razón, el debate de primera vuelta tuvo que ser dividido en dos emisiones.

Dos candidatas representaban a las coaliciones más tradicionales, Michelle Bachelet del Partido Socialista, que ya había sido Presidenta, y Evelyn Matthei, de la Unión Demócrata Independiente, que dejó de ser ministra del gobierno de derecha en curso para competir en la elección. Ambas pasaron a la segunda vuelta de la elección y Michelle Bachelet ganó.

Los otros siete candidatos representaban a partidos pequeños o competían como independientes.

Tabla 2

Afiliación política y trayectoria de los candidatos a la presidencia de Chile en la elección de 2013

Candidato	Afiliación política	Trayectoria a la elección de 2013
Michelle Bachelet	Partido Socialista Coalición: Nueva Mayoría	Candidata a alcaldesa de Las Condes en 1996 Ministra de Salud entre 2000 y 2002 Ministra de Defensa entre 2002 y el 2004 Presidenta de Chile entre 2006 y 2010
Evelyn Matthei	Unión Demócrata Independiente Coalición: Alianza por Chile	Diputada entre 1990 y 1998 Senadora entre 1998 y 2005, y entre 2006 y 2011 Ministra del Trabajo y Previsión Social entre 2011 y 2013
Marco Enríquez-Ominami	Partido Progresista	Diputado entre 2006 y 2010 Candidato a la Presidencia en 2009
Alfredo Sfeir	Partido Ecologista Verde	Sin trayectoria política
Ricardo Israel	Partido Regionalista de los Independientes	Candidato a alcalde de Las Condes en 2008
Tomás Jocelyn-Holt	Independientes	Diputado entre 1994 y 2002
Roxana Miranda	Partido Igualdad	Candidata a alcaldesa por San Bernardo en 2008 Candidata a Diputada en 2009
Marcel Claude	Apoyado por el Partido Humanista, pero no militante	Sin trayectoria política
Franco Parisi	Independiente	Sin trayectoria política

En la primera parte del debate de primera vuelta emitido el 29 de octubre de 2013 participaron los periodistas de Canal 13, UCV TV y Mega, en la segunda parte emitido el 30 de octubre de 2013, participaron los periodistas de La Red, TVN y CHV.

El debate de segunda vuelta fue el 6 de diciembre de 2013 y participaron las seis estaciones televisivas mencionadas.

## ENFOQUE Y/O METODOLOGÍA DE ABORDAJE

Con el objetivo de estudiar los roles efectivamente ejecutados por los periodistas se trabajó con análisis de contenido. Debido a que los debates tuvieron formatos diferentes, para los de 2005 en que las interacciones entre periodista y candidato se acotaron a preguntas y contra preguntas, estas fueron codificadas por unidad, primera vuelta N=32 y segunda vuelta N=28.

En el debate de 2013, se usó un formato menos estructurado con espacios de interacción entre periodista y candidato, diálogos con acotaciones e interrupciones, por lo tanto, se definió como unidad entendida como pregunta o contra pregunta una interacción completa dentro de un mismo tema, primera vuelta N=94, y segunda vuelta N=32.

Para ambos se usó un libro de códigos común en que se establecieron indicadores para cada rol.

Para los casos en que había más de un rol presente, se estableció siempre un rol primario basado en la mayor cantidad de indicadores presentes y a la intención de la pregunta en función del objetivo de cada rol planteado en el libro.

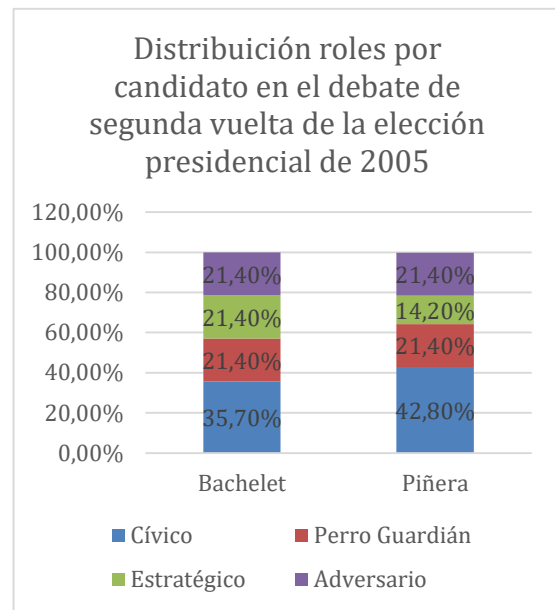
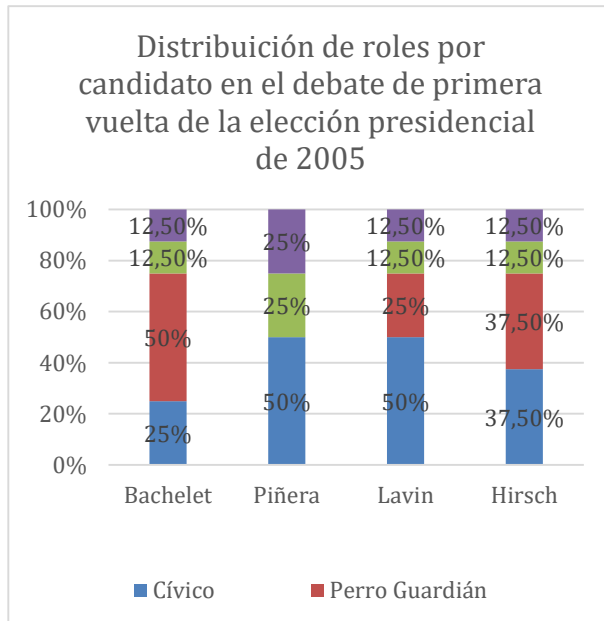
Luego la frecuencia de aparición de los roles por candidato se cuantificó por separado para cada debate y a cada tabla se le aplicó una prueba de chi cuadrado para determinar si había una variación estadísticamente

significativa entre los roles, para vislumbrar si las características de los candidatos influyen en los roles ejercidos por los periodistas.

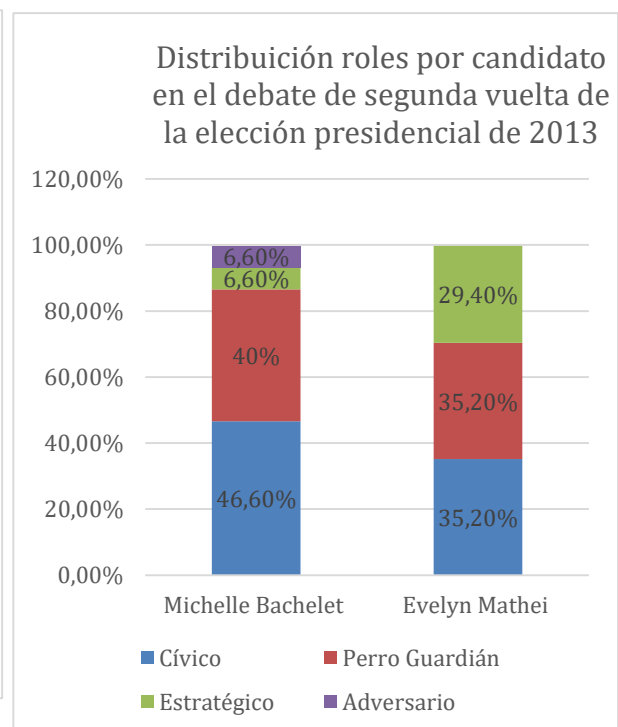
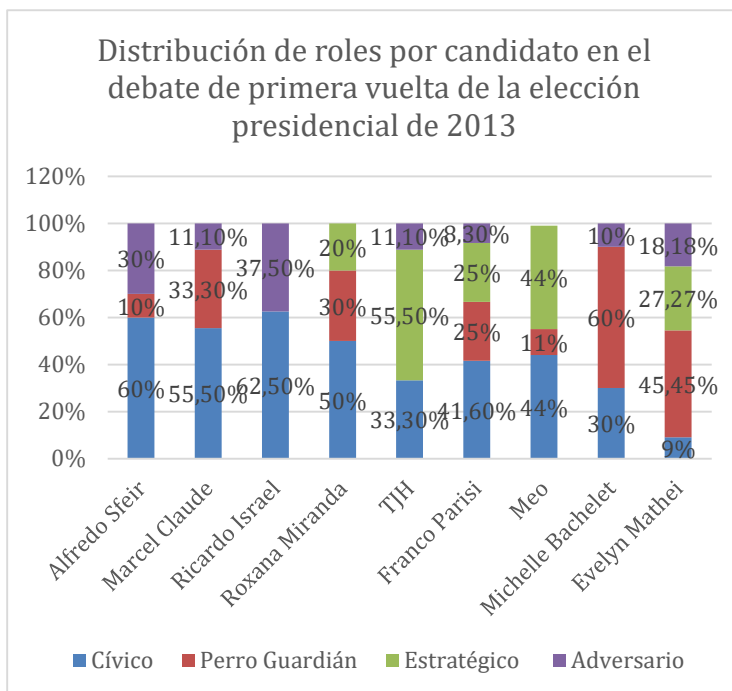
**PRINCIPALES RESULTADOS, REFLEXIONES Y CONCLUSIONES**

**VARIACIÓN DE ROLES EN LOS DEBATES DE 2005 Y 2013**

En el año 2005 durante la primera vuelta la variación de roles no fue estadísticamente significativa  $\chi^2$  (g9, N = 32) = 5,93  $p > 0,05$ , tampoco en segunda vuelta  $\chi^2$  (g3, N = 28) = 0,29  $p > 0,05$ .



En 2013, en cambio, en la primera vuelta la variación de roles sí fue estadísticamente significativa  $\chi^2$  (g24, N = 94) = 50,24  $p < 0,05$ , pero no en la segunda vuelta  $\chi^2$  (g3, N = 32) = 3,63  $p > 0,05$ .



Los datos muestran que en un escenario de candidatos más homogéneo como fue la primera vuelta de la elección de 2005 y las segundas vueltas de ambas elecciones, la variación de roles no es relevante, lo que contrasta con el caso de 2013, en que, con el aumento en la diversidad de candidatos, también lo hacen los roles y su variación.

La menor variación en la primera vuelta de 2005 se puede entender, porque tanto la trayectoria como la afiliación política son similares, en cuanto a que todos los candidatos representan a partidos apoyados por coaliciones cuyas ideologías y planteamientos son conocidos por los periodistas y la audiencia previos al debate.

En la segunda vuelta de ambas elecciones hay que considerar que la legitimidad del candidato cambia al llegar a la ronda final de la elección, lo que explicaría que cambie la distribución de roles en un mismo candidato entre una vuelta y otra, al pasar a tener opciones reales de ser presidente, ambos contendores comparten un estatus común.

Esto se hace patente en el aumento del rol cívico de la candidata Matthei entre primera y segunda vuelta. Si bien no hay un aumento de ese rol en el caso de Piñera en relación a la primera vuelta, aún así es el rol preponderante en segunda vuelta, donde además aparece el rol de perro guardián, en su nuevo estatus se le fiscaliza.

En la primera vuelta de 2013 se observa que los candidatos con menos trayectoria política tienen un mayor rol cívico, a diferencia de Bachelet y Matthei que tienen más perro guardián, ya que al haber participado en gobiernos tienen más antecedentes que cobrarles, lo que se condice con Bachelet en la primera vuelta de 2005, que había sido ministra del gobierno saliente.

Respecto al rol estratégico y adversario, mantienen una proporción común en primera vuelta de 2005, con la excepción de Piñera, mientras que en 2013 se difumina esa equidad y son estos dos roles y su proporción los que denotan mayor diversidad entre candidatos, particularmente en el caso del estratégico que aparece como el más preponderante en el candidato Tomás Jocelyn-Holt, que era hasta ese momento el más bajo en las encuestas, por lo que se cuestiona su legitimidad como competidor en las preguntas. Respecto al adversario como segunda mayoría en los candidatos Alfredo Sfeir y Ricardo Israel, se trata de preguntas en que son desafiados por los periodistas respecto a la viabilidad de sus propuestas.

Desde una perspectiva democrática, que predomine el rol cívico en ambas elecciones, implica que la instancia específica del debate lo propicia, pero éste no es igual para todos los candidatos, quiénes son enfrentados de diferente manera por los periodistas, en la medida en que sean más diversos.

## CONCLUSIONES

Este proyecto apunta a contribuir al diálogo entre roles periodísticos y democracia en una instancia privilegiada para su estudio, como son los debates televisados durante las elecciones presidenciales. Los resultados muestran que un modelo de cuatro roles para este estudio presenta patrones que configuran una lógica de abordaje desde los periodistas a los candidatos.

Al comparar la variación de los roles periodísticos en relación a la diversidad de candidatos de las elecciones presidenciales en Chile en 2005 y 2013, se puede proponer que la diversidad de candidatos influye en la variedad de roles, ya que los resultados muestran que los cuatro roles son visibles en cada debate y que en la primera vuelta de 2013 donde hubo mayor diversidad de candidatos es donde hubo mayor variación. Ese caso requiere continuar siendo estudiado, para profundizar en la distribución de roles en cada candidato.

Hay factores aislados que se vislumbran en este trabajo, que ameritan continuar profundizando en la relación entre roles y debates, como la incumbencia y la legitimidad de los candidatos tras pasar a la segunda ronda de la elección. Este artículo, busca abrir ese diálogo en el vínculo entre dos áreas de estudio que aún ofrece un terreno de exploración amplio, en Chile y Latinoamérica.

Para el futuro, se plantean desafíos metodológicos como la posibilidad de establecer comparaciones en la variación de roles con elecciones que ofrezcan candidatos de características similares y el control de variables como la agenda editorial de cada canal de televisión, el estilo del periodista y la cantidad de candidatos. Además, se sugiere probar un fichaje con análisis factorial, que se ha utilizado para estudiar roles en otros contextos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aalberg, T., Strömbäck, J., y De Vreese, C.H. (2011): The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*: 2011: 13:2, 162-178.
- Benoit, William. Klyukovski, Andrew. (2006): A Functional Analysis of 2004 Ukrainian presidential debates. *Argumentation*: 2006: 20:209-225.
- Clayman, Steven E. (2002): Tribune of the people: maintaining the legitimacy of aggressive journalism. 2002. *Media, Culture and Society*: 2002: 24, 197-216.
- Hallin, Daniel and Mellado, Claudia. (2017). Serving Consumers, Citizens, or Elites: Democratic Roles of Journalism in Chilean Newspapers and Television News. *The International Journal of Press/Politics*: 2017: 23:1, 1–20.
- Hilsenrad, Marcelo. (2017). *Luz, cámara...elección. La democracia chilena en 25 años de debates presidenciales*. Santiago, Chile. Catalonia.
- Hinck, Edward A. (1993): *Enacting the presidency. Political argument, presidential debates, and presidential character*. Westport. Praeger.
- Iyengar, Shanto. (2011): *Media politics: A citizen's guide 2<sup>nd</sup> ed*. New York. W.W. Norton.
- Jamieson, K., Waldman, P. (2003): *The press effect. Politicians, journalists, and the stories that shape the political world*. New York. Oxford University Press.
- Lehrer, Jim. (2011): *Tension city. Inside the presidential debates, from Kennedy-Nixon to Obama-McCain*. New York. Random House.
- Matera, Frances. Salwen, Michael. (1996): Unwieldy questions? Circuitous answers? Journalists as panelists in presidential election debates. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*: 1996: 40, 309-317.
- Mellado, Claudia. (2015): Professional roles in news content. Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*: 2015: 16: 4, 596–614.
- Mellado Ruiz, C. López-Rabadán, P. y Elortegui, C. (2016): ¿(Para) ciudadanos o espectadores? Periodismo político chileno y sus modelos profesionales de aproximación a la audiencia. *Palabra Clave*: 2016: 1, 14-46.
- Mellado, Claudia., Vos, Tim, P. (2017): Conceptualizing journalistic role performance across news platforms. En Mellado, Claudia. Hellmueller, Lea. Donsbach, Wolfgang. (Eds.), *Journalistic Role Performance. Concepts, context and methods*. (pp.106-124). New York. Routledge.
- Minow, Newton N. LaMay, Craig L (2008): *Inside the presidential debates. Their improbable past and promising future*. (Ebook). Chicago. The University of Chicago Press.
- Morello, John T. (2005): Questioning the questions: an examination of the “unpredictable” 2004 Bush-Kerry town hall debate. 2005. *Argumentation and advocacy*: 2005: 41, 211-224.
- Ruiz, Fernando J. Alberro, Hernán. (2012): Ola de debates electorales en América Latina: Luces y sombras de un avance democrático. *Konrad Adenauer Stiftung: Informe especial*: 2013.
- Schroeder, Alan (2000) *Presidential debates. Forty years of high risk TV*. New York. Columbia University Press.
- Stromer-Galley, Jennifer. Bryant, Lauren. (2011). Agenda control in the 2008 CNN/YouTube Debates. *Communication Quarterly*: 2011: 59:5, 529-546.
- The Racine Group. (2002). White paper on televised political campaign debates. 2002. *Argumentation and Advocacy*: 2002: 38, 199-218.
- Turcotte, Jason. (2015). The news norms and values of presidential debate agendas: an analysis of format and moderator influence on question content. *Mass Communication and Society*: 18:3, 239-258.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Periodismo “situado”: lo que revela la firma en las noticias

### "Situated" journalism: what the signature reveals in the news

*Claudia Mónica Tapia Vásquez*

**RESUMEN:** Aplicando al Periodismo el concepto literario de “poesía situada”, que comprende al texto vinculado con las circunstancias de su enunciado, este ensayo reflexiona sobre una de las manifestaciones paradigmáticas de ese ejercicio de transparencia: el uso de la firma. Ésta, contrariamente al mito del objetivismo, visibiliza al productor(a) de las noticias como una subjetividad que versiona los acontecimientos sociales desde unas particulares condiciones profesionales, históricas, formativas, valóricas, ideológicas y conceptuales.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo de autor, firma, condiciones de enunciación.

**ABSTRACT:** Applying the literary concept of "situated poetry" to Journalism, which links the text to the circumstances of its statement, this essay reflects on one of the paradigmatic manifestations of this exercise of transparency: the use of the signature. This, contrary to the myth of objectivity, visibilizes the news producer as a biased subject that gives a version of social occurrences from particular professional, historical, formative, value-based, ideological and conceptual conditions.

**KEY WORDS:** New Journalism, signature, conditions of enunciation

La constitución de la ciudad moderna, surgida en el siglo XIX bajo el impulso de la Revolución Industrial, dio origen a la llamada sociedad de masas, conglomerado que se estructuró sobre la base de multitudes y sus relaciones impersonales, distantes y anónimas. Surgirá entonces el Periodismo para mediatizar la necesaria comunicación de un grupo que, aún difuso, necesita organizarse y tomar decisiones.

La prensa de masas surge precisamente para abordar una de las principales necesidades de la población: detectar las amenazas (asesino, estafador, ladrón, etc.) en un espacio donde “es casi imposible mantener un buen modo de vivir” (Benjamin citado en Link, 2003: 10). No es casualidad que por ese mismo entonces, década de 1840, surja el género literario policial. “Los crímenes de la calle Morgue”, cuento de Edgar Allan Poe que funda la serie, se instala precisamente en ese espacio urbano donde el asesinato, paradigma de la perturbación social, ocurre sin que nadie se entere o pueda dar pistas.

Las narraciones de Poe son especialmente significativas de la necesidad de información y de la función social de los medios de prensa. En el “El misterio de Marie Rogêt”, la muerte de la protagonista se resuelve precisamente con los datos que aportan L’Etoile, Le Commercial, Le Soleil, Le Moniteur y Le Mercure.

A partir de entonces, el Periodismo colaborará en identificar los elementos que pueden horadar el contrato social, intentando así minimizar los daños manifiestos a ese acuerdo (el asesinato, por ejemplo) y también la grieta inmaterial (el mal ejemplo, la incitación al mal, la imitación, etc.).

De ahí que el ejercicio periodístico sea materia de regulación ética y jurídica en los variados documentos que nos rigen como comunidad mundial. El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, por ejemplo, establece el derecho a la libertad de opinión y de expresión, el que, desde el punto de vista profesional, se complementa con el deber de informar, actividad profesional que se direcciona hacia la búsqueda y provisión de la verdad. Será ese bien el que le garantizará al grupo social una toma de decisiones fundada y responsable.

Dicha contribución será el resultado del despliegue de competencias científicas, técnicas y éticas para identificarla, investigarla, conseguirla, elaborarla y difundirla. Ello, de acuerdo al concepto de *parresía* de Michel Foucault, perfila al periodista como un agente social cuyo aporte es esencialmente lingüístico, pues la comunicación de los acontecimientos de interés e importancia, exteriores y anteriores al lenguaje, solo pueden transmitirse a través de su codificación. La noticia es un hecho de la realidad manipulado lingüísticamente y el periodista, por tanto, se valora de acuerdo a su productividad y competencia discursiva, asumiéndose como un operador semántico:

*Sólo los procedimientos del lenguaje permiten aislar y comunicar un hecho (...) El lenguaje es el modo de captación de la realidad que permite darle forma, aislar dentro de ella unos hechos los que, por un procedimiento de redacción, se convierten en noticia (Desantes, 1998: 78).*

Este sustrato ha decantado en el *ethos* profesional como la adscripción a un registro lingüístico anclado en las tramas del formalismo, que desecha las consideraciones extratextuales (aspectos biográficos, históricos, psicológicos y personales del periodista) y propende a un discurso de función cognoscitiva y referencial, y de estatuto estándar, neutro y práctico. Bajo este paradigma, el lenguaje periodístico se perfila como un barthesiano grado cero de la escritura.

Se trata de un dispositivo que relaciona honestidad, veracidad y objetividad con un determinado uso del lenguaje capaz de, supuestamente, aprehender la realidad sin intervención de los subjetivos factores del "observador". Además, perfila al periodista como un agente social con tal independencia de juicio que lograría la relación exacta entre significante y significado.

Un dispositivo lingüístico como éste carga con las mismas potencias cognitivas y expresivas que, en su momento, George Orwell identificó para la *neolengua* en 1984. La definición literaria es absolutamente traducible a lo que rezan los manuales periodísticos:

*Al final, acabaremos haciendo imposible todo crimen del pensamiento. En efecto, ¿cómo puede haber criminal si cada concepto se expresa claramente con una sola palabra, una palabra cuyo significado esté decidido rigurosamente y con todos sus significados secundarios eliminados y olvidados para siempre? (Orwell, 2010: 59)*

Afinado en la cultura profesional bajo la forma de manuales, procedimientos, códigos de ética, etc., el rito objetivador del lenguaje noticioso ha decantado en el llamado "estilo periodístico", heredero de un entramado mayor, el cultural, y que conocemos como "mito del objetivismo". Según Lakoff y Johnson (2004), se trata de un andamiaje epistemológico que, apoyado en el fundacional mito de la caverna, ha instalado en nuestro acervo la idea que los seres humanos tenemos la capacidad de acceder a la esencia del *ser* y a las verdades absolutas:

*Excepto entre los herejes, toda la metafísica occidental ha sido una metafísica de mirilla (...) Como a través de las troneras de una torre, el sujeto mira a un cielo negro, donde se dice que se alza la estrella de la idea o del Ser" (Adorno citado por Jay, 2007: 25).*

Este régimen de pensamiento se ha consolidado con las tradiciones empiristas, racionalistas y científicas que hicieron una distinción sofisticada y maniquea entre objetividad y subjetividad. A partir de allí se instaló en la profesión periodística un "ritual estratégico", como lo denomina Gaye Tuchman (1984), que se ha manifestado en manuales, cátedras académicas, procesos de enseñanza/aprendizaje, libros de estilo, manual de procedimientos, en la tradición y en una cultura profesional:

*Un inextricable amasijo de retóricas de fachada y astucias tácticas, de códigos, estereotipos, símbolos, tipificaciones latentes, representaciones de roles, rituales y convenciones, relativos a las funciones de los media y de los periodistas en la sociedad, a la concepción de los productos-noticia, y a las modalidades que dominan su confección. La ideología se traduce en una serie de paradigmas y de prácticas profesionales adoptadas como naturales (Garbarino citado por Wolf, 1987: 215).*

Es tan efectivo el asentamiento de esta cultura que escapa del entorno estrictamente profesional y penetra en la empresa informativa. Según Phillips, el estilo y la norma de la objetividad capta el espíritu del oficio y los hábitos mentales del periodista y terminan, a través del estatuto institucional de los medios, compartidos por las audiencias heterogéneas y masivas (Citado por Montero, 1993: 56).

## LA DECEPCIÓN DE LA VERDAD

El mito del objetivismo comenzó a ser cuestionado a partir de la Toma de Consciencia Lingüística o Giro Lingüístico, corriente teórica que propone el conocimiento del mundo a través del lenguaje. Superada la razón como atributo que garantizaría el progreso del mundo, con los campos de concentración como punto de inflexión del proyecto moderno (Lyotard, 1992), la empresa gnoseológica se restringe ahora a la palabra. Por ello, al ser humano se le atribuye una condición intrínsecamente lingüística (Echeverría, 2007) que, en las antípodas del objetivismo, tiende a la figuración, la alegoría y el artificio:

*La esencia del lenguaje es simbólica porque consiste en representar un elemento de la realidad por otro, según ocurre con las metáforas. La ciencia verifica una creencia común a todos los poetas de todos los tiempos: el lenguaje es poesía en estado natural. Cada palabra o grupo de palabras es una metáfora. Y asimismo es un instrumento mágico, esto es, algo susceptible de cambiarse en otra cosa y de transmutar aquello que toca (...) La palabra es un símbolo que emite símbolos (...) El hombre es un ser que se ha creado a sí mismo al crear un lenguaje. Por la palabra, el hombre es una metáfora de sí mismo (Paz, 2006: 42)*

Se trata de la comprensión mitológica del lenguaje que propone la Teoría del Giro Lingüístico donde éste es, al mismo tiempo, razón y emoción; denotación y connotación; concepto concreto y abstracto; definición enciclopédica y poema; término unívoco y equívoco... logos y mito. A partir de esta dicotomía esencial, el conocimiento del mundo, constreñido ahora al ensamblaje entre logos y artificio, será una pretensión incompetente e imperfecta según las antiguas coordenadas cartesianas.

Desde la óptica del Periodismo, el Giro permite entender que el lenguaje no vehicula, como rezan las cátedras y los manuales, aquella supuesta hipercapacidad de los profesionales de la información de adecuarse estrictamente al objeto/realidad obnubilando la singularidad. Muy por el contrario, el “empalabramiento” del mundo, si ese relato es comprendido desde el “mitologismo”, implica una distancia cualitativa entre la experiencia y lo que se dice de ella.

A partir de lo anterior, y si la actividad informativa es esencialmente lingüística, y el periodista un operador semántico, se puede adelantar que es por el lenguaje y su fracción mítica que el Periodismo es una actividad subjetiva. Es que quien escribe, según Roland Barthes en *Ensayos críticos* (2002), realiza siempre un acto de adecuación entre la palabra y el mundo. El punto es que ese lenguaje no es algo caído del cielo, sino es uno de los diversos registros que propone una época, el término de una cierta maduración histórica del saber, de las ideas y de las pasiones intelectuales.

Pero el lenguaje no solo es particular por el contexto. De acuerdo al pensador francés, el registro lingüístico del enunciador también responde a las coordenadas de una organización existencial “que le pertenece en propiedad, acción en la cual pone toda su ‘profundidad’, es decir, sus elecciones, sus placeres, sus resistencias, sus obsesiones” (Barthes, 2002: 352). Precisamente allí aloja el sedimento profesional, aquellos rasgos y modos de comportamiento propios de la actividad que se realiza. A partir de ahora, entonces, el encuentro lingüístico del periodista con el mundo estará matizado por esa particular forma de ver y hacer profesional. Por ello todo lenguaje del periodista, aquél que ocupa en las noticias y el que usa en las otras esferas de su vida, transparentará una forma de ser personal, un “yo” que no lo incapacita para dar cuenta de la realidad sino, muy por el contrario, es su elemento constituyente. “No hay hechos, solo interpretaciones”, dice Nietzsche (1996).

Es que, aplicando la categoría de Steiner (2002), el profesional de la información no goza del privilegio de la “extraterritorialidad” frente a los hechos sociales. Albert Chillón agrega:

*A la luz de la filosofía del lenguaje de raíz romántica, en definitiva, el pensamiento postmoderno ha desvelado una realidad propia de cualquier periodo histórico, y no solo del presente. Ello es que no hay una diferencia cualitativa y radical entre los enunciados ficticios y los facticios, es decir, entre aquellos enunciados basados en la invención soberana de lo que podría suceder, y aquellos fundados en la documentación fehaciente acerca de lo en efecto sucedido, por otro —o entre la poesía y la historia, por usar los términos que Aristóteles. Lo que hay, de hecho, son diferencias de grado y modo entre las múltiples variantes de la dicción, en un arco que va desde la más libérrima ficción a la facción más disciplinada, puesto que todas se hallan afectadas por su condición lingüística compartida (2017: 95).*

A partir de esta toma de consciencia, el Periodismo se entenderá como una actividad de naturaleza representacional y versionada, cuyo fin no es consignar la verdad del mundo, que a esta altura se presenta como un gran imposible. Este nuevo perfil encauza a la comprensión del fenómeno lingüístico/noticioso como plurisignificativo, personal y “deceptivo”, pues la verdad, entendida como la estricta adecuación entre palabra y referente, se revela como una decepción, en palabras de Barthes (2002).

Superando entonces esa inalcanzable pretensión, el periodista se aboca ahora a la asignación de sentido de los hechos sociales través de la selección e interpretación desde su individualidad; también se descubre en su capacidad creadora pues el lenguaje, lejos de la castración formalista, le entrega al profesional innumerables posibilidades de dicción. A partir de ahora el mundo no es un objeto descontextualizado de quien lo escribe.

Bajo este prisma, el ejercicio informativo incorpora los sentimientos, ideología, actitudes, experiencia de vida y capacidad creadora de quien lo ejecuta, al mismo tiempo que su formación, valores y comprensión de la práctica profesional. En ese sentido, y siguiendo la idea desarrollada por Ricardo Piglia (2001) para cualquier

ejercicio escritural, el Periodismo sería, en cierto modo, una forma de autobiografía. Así, cuando se escribe una noticia, aunque enmascarada por los rituales de la ideología de la objetividad, lo que se reconoce es una práctica que visibiliza y transparenta una toma de posición ideológica, teórica, ética, política, cultural y profesional de su autor.

De lo anterior se asume que la tarea del periodista consiste en “ajustar” su lenguaje (y el de su época) a la experiencia social, para dar cuenta de una versión, de una trama personal con tendencia veridicente, pero tan propia y personal como la fabulación extrema. Siendo una búsqueda permanente de la verdad, el Periodismo no depende de ella para mostrarse como ejercicio legítimo, correcto o autorizado. Es que el lenguaje, dice Barthes (2002), no es verdadero, sino válido.

## EL PERIODISMO “SITUADO” O “DE AUTOR”

La reconstitución de los factores personales desde los cuales el periodista escribe se concibe, entonces, como un ingrediente que compone el fenómeno informativo. Ello se hace especialmente necesario en una sociedad que consciente de sus derechos y su participación en la toma de decisiones, exige crecientes grados de visibilización y transparencia de los procesos sociales y de sus responsables.

Este proceso de identificación del productor del texto ha sido desde hace mucho materia de reflexión y discusión en la Literatura. Una de sus manifestaciones es lo que se conoce como “poesía situada”, concepto propuesto por el poeta chileno Enrique Lihn quien, enfermo en estado terminal, escribe *Diario de muerte* (1990). Allí, en el poema “Qué otra cosa se puede decir” anota:

*Qué otra cosa se puede decir de la muerte  
Que sea desde ella, no sobre ella (65)*

La propuesta de Lihn es situar el mensaje, instalarlo en las condiciones de quien lo emite, y consumirlo así, contextualizado y rodeado de las tramas que permitan entenderlo asociado a un nombre pues, parafraseando a Barthes (2002), todo acto comunicativo incluye aunque sea de un modo velado y púdico, un discurso implícito sobre sí mismo. Ese acercamiento a las tramas de una subjetividad impedirán, continúa el poeta, el proceso de cosificación y reivindicará, por el contrario, a la primera persona. Continúa el poema:

*La antropomorfizamos en el temor  
de que no sea un sujeto  
sino la tercera persona, no persona  
“él” o “ella” (65)*

Aplicado al fenómeno informativo, el concepto de “poesía situada” posibilita comprender la noticia vinculada con las circunstancias de su enunciación o condiciones de producción del mensaje: quién lo emite, cuáles son sus características, para quién lo hace, desde dónde, con qué propósito, y desde qué sustrato filosófico, ideológico, político, cultural, etc. Es decir, se pretende la visibilización de los factores extralingüísticos que condicionan la producción del mensaje. Se trata del llamado Periodismo de autor, que lejos de comprenderlo como un estilo escritural propio o un particular modo de tratamiento, se asocia a la relación entre la noticia y la situación de su productor.

En el sistema informativo hay dos signos inequívocos de las condiciones de enunciación del mensaje. El primero son las referencias explícitas al medio de comunicación. Según la mayoría de las leyes de prensa, el nombre del medio, su periodicidad y la identificación del propietario, representante legal y del director deben consignarse en la primera página, en la página editorial o en un lugar destacado de todo diario, revista o escrito periódico, y al iniciarse y al finalizar las transmisiones diarias de todo servicio de radiodifusión sonora o televisiva de libre recepción o servicios limitados de televisión. Además tiene que reseñarse la ubicación de las oficinas principales y, tratándose de una persona jurídica, los documentos en que consten sus socios o accionistas y el porcentaje, monto y modalidades de su participación en la propiedad o en el capital de la empresa.

Esta información da cuenta de la línea editorial, que si bien institucional, tiene una clara connotación subjetiva, pues se entiende como la matriz desde la cual el profesional de la información comprende e interpreta la realidad social en términos valóricos, ideológicos, políticos, culturales, etc., y a la que el periodista adhiere en su calidad de integrante de dicha comunidad:

*La línea editorial es el lugar desde donde el medio de comunicación (y los periodistas sin prescindir de sus propias tensiones) construye realidad social. Son aquellas coordenadas espacio-temporales e ideológicas-profesionales desde donde se intenta dar sentido a los mecanismos de inclusión, exclusión,*



*jerarquización y tematización. Los medios masivos obran desde un horizonte común y autónomo a la vez, que les permite organizar sus prácticas y actuaciones sociales. La línea editorial es la médula de ese procedimiento. Al ser los medios masivos mediadores simbólicos del acontecer cotidiano, la línea editorial tiene matriz generativa en el vínculo que existe entre el medio masivo en cuanto empresa informativa, su público, y los agentes implicados directa e indirectamente en el proceso de producción periodística (particularmente anunciantes y patrocinadores) (Arrueta, 2013: 200)*

La segunda y más evidente referencia al contexto de producción escritural de la noticia ya no se relaciona con lo empresarial/institucional, sino que es abiertamente individual: la firma. Ésta se entiende como el nombre y apellido(s) del o los periodistas que investigaron y redactaron la información (algunos medios aceptan seudónimos). Puede acompañarse de indicaciones como “corresponsal” o “enviado(a) especial”, y del nombre del lugar del despacho.

En términos conceptuales, la firma lleva al Periodismo a la dinámica de “autor”, lo que no solo da cuenta de una elaboración personal, sino más profundamente de constituirse en causa de algo, lo que lo produce, y en virtud de lo cual se asume la cualidad de “responsable”. La responsabilidad perfila al autor(a) como depositario(a) de la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de una acción realizada libremente.

En muchos medios el criterio que ha primado para incluir el nombre del productor(a) del texto informativo ha sido entender que éste es un respaldo en el caso de las informaciones comprometidas o presumiblemente polémicas. Sin embargo, y después de la comprensión lingüística/subjetiva del mensaje informativo, el nombre devela una subjetividad, una historia, una experiencia de vida, opciones religiosas, ideológicas y valóricas, un concepto de la sociedad y el mundo. Por otro lado, el nombre también transparenta una formación profesional y, a través de ella, una determinada raigambre filosófica, el estado de la reflexión sobre la disciplina, la profesión y el contexto gremial y laboral; también un determinado currículo y por tanto el desarrollo de determinadas competencias éticas, científicas y técnicas.

Por último, la firma también da cuenta de un cierto estado de las ideas, una maduración del estado de la sociedad con la primacía de ciertas coordenadas culturales y el descarte de otras que caracterizan un tiempo y un espacio. El concepto de autor, bajo esta comprensión social, tendría una connotación dialógica pues es vehículo de un acervo comunitario. Jorge Luis Borges (2008) lo metaforiza en “Pierre Menard, autor del Quijote”, un “creador” que, 300 años después de la obra de Cervantes, la versiona con exactamente las mismas palabras del texto original. A través de una trama que parece una aporía, el escritor argentino da cuenta que el lenguaje carga con las condiciones de quien lo emite y con las de su época.

## CONCLUSIONES

La contribución del periodista al contrato social es esencialmente lingüística. Es precisamente el lenguaje el elemento que, superados los preceptos del racionalismo cartesiano y su supuesta capacidad de acceder a las verdades absolutas, se presenta como definitorio de la condición humana. De acuerdo a su naturaleza mitológica, la palabra no carga con las exigencias de verdad, univocidad y objetividad de la antigua tradición.

El Giro Lingüístico implica para el Periodismo reconocer que la noticia ya no oscila entre los dos polos que la condenaban a verdad o mentira. También ha quedado en entredicho un *ethos* profesional basado en el uso de un lenguaje estrictamente referencial, que garantizaba la veracidad y la objetividad de la información. Además ha permitido comprender la información como lenguaje, registro que, por naturaleza, la direcciona hacia la subjetividad.

De ahí la importancia de la firma. Ella es precisamente la puerta de entrada a un territorio donde el mensaje noticioso se asocia a un nombre y, por tanto, a un proceso de configuración del “yo”. Ello, aparte de las dimensiones personales, contempla los profesionales: vocación, aptitudes y habilidades, un determinado concepto de sociedad y de mundo, una formación universitaria y un proceso de enseñanza/aprendizaje basado en pautas filosóficas, ideológicas, culturales, económicas, etc.

El nombre del productor de la noticia le abre el paso al “periodismo situado”, adherido a una primera persona y a sus condiciones de enunciación. Desde ahora la noticia ya no se lee como un discurso inmotivado, aséptico y objetivo, sino como el producto de un “yo” que transparenta esa subjetividad.

Después de todo lo dicho, la firma del periodista deja de ser un aspecto formal o técnico del mensaje informativo, o conectado con sus responsabilidades éticas y jurídicas. Ahora es exigible desde el punto de vista ético pues le imprime a la noticia las cuotas de honestidad que ésta requiere, transparentado las tramas desde las cuales

se interpreta el acontecer social. La identificación del periodista devela las implicancias autobiográficas que se agazapan detrás del mensaje informativo, y conocer esas coordenadas personales es el mejor modo de leer los medios de comunicación.

Durante tanto tiempo con las energías concentradas en el uso de un lenguaje que supuestamente vehiculaba la verdad, ahora se vindica a un periodista que desembarazado de los castrantes límites del código referencial, se constituye en autor de un relato único y particular. El Periodismo queda en situación de apertura lingüística, resignificación y poesis.

En las antípodas del mito del objetivismo, y en un concepto muy flaubertiano, la firma se puede entender como *una manera absoluta de ver las cosas*.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arrueta, C. (2013) La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas. El caso de un diario conservador de Jujuy (Argentina). *Revista Brasileira de História da Mídia*, Vol. 2 Nº 2, 199-212
- Barthes, R. (2002) *Ensayos críticos*. Barcelona: Seix Barral
- Borges, J.L. (2008) *Ficciones*. Barcelona: Emecé.
- Chillón, A. (2017) El concepto de 'facción': índole, alcance e incidencia en los estudios periodísticos y literarios. *Cuadernos.info*, Nº 40 (junio), 91-105
- Desantes, J.M. (1998) *El deber profesional de informar*. Madrid: Fundación Universitaria San Pablo CEU
- Echeverría, R. (2007). *La ontología del Lenguaje*. Santiago: Juan Carlos Sáez Editor
- Lakoff G. y Johnson M. (2004) *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra
- Lihn, E. (1990) *Diario de muerte*. Santiago: Editorial Universitaria
- Link, D. (2003). *El juego de los cautos*. Buenos Aires: La Marca.
- Lyotard, J.F. (1992). *La posmodernidad explicada a los niños*. Barcelona: Gedisa.
- Orwell, G. (2010). *1984*. Barcelona: Austral.
- Jay, M. (2007). *Ojos abatidos. La denigración de la visión en el pensamiento francés del siglo XX*. Madrid: Akal
- Montero, M.D. (1993) *La información periodística y su influencia social*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Nietzsche, F. (1996) *Sobre verdad y mentira*. Madrid: Tecnos
- Paz, O. (2006). *El arco y la lira*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Piglia, R. (2001) *Crítica y ficción*. Barcelona: Anagrama
- Steiner, G. (2002). *Extraterritorial. Ensayos sobre Literatura y la revolución lingüística*. Madrid: Siruela.
- Tuchman, G. (1984). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# Interesse público e jornalismo: uma análise da Agência Câmara Notícias sob o enfoque da tematização de sua produção

## Public interest and journalism: an analysis of Agencia Câmara News under the focus of the thematization of its production

*Leidyane Viana<sup>251</sup>*

*Edgard Patrício<sup>252</sup>*

**RESUMO:** O Manual de Redação da Secretaria de Comunicação da Câmara, à qual se vincula a Agência Câmara Notícias, aponta o interesse público como o principal critério de noticiabilidade dos seus veículos. Buscamos, então, nos temas de 211 matérias da Agência, coletadas em cinco dias de 2016, aspectos relativos ao interesse público: Relevância/significatividade, Notoriedade, Impacto, Transparência, Consequências e Princípios/valores (SILVA, 2002; WOLF, 1999; MOREIRA, 2006; CHAPARRO, 2012). Concluímos que os atributos mais determinantes na escolha dos assuntos em destaque foram, na ordem, Relevância/significatividade, Notoriedade e Impacto. E que a temática com mais atributos de interesse público teve mais relevância do ponto de vista da noticiabilidade dos fatos.

**PALABRAS CLAVE:** Jornalismo, Interesse público, Agência Câmara Notícias.

**ABSTRACT:** The Editorial Handbook of the Communication Department of the Chamber, to which the Agência Câmara News is linked, points out the public interest as the main criterion for the newsworthiness of its vehicles. We then seek in the subjects of the Agency's 211 subjects, collected in five days of 2016, aspects related to public interest: Relevance / Significance, Notoriety, Impact, Transparency, Consequences and Principles / values (SILVA, 2002; WOLF, 1999; MOREIRA, 2006; Chaparro, 2012). We conclude that the most determining attributes in the choice of subjects were, in order, Relevance / Significance, Notoriety and Impact. And that the theme with more attributes of public interest had more relevance from the point of view of the newsworthiness of the facts..

**KEY WORDS:** Journalism; Public interest; Agência Câmara News.

### 1. INTRODUÇÃO

A informação constitui-se elemento essencial da vida democrática. Ela é um direito fundamental dos cidadãos, que dela precisam para guiar suas vidas em sociedade. Tal percepção leva a que diversos autores visualizem uma ligação indissociável entre Jornalismo e democracia: o primeiro não poderia existir a contento sem a segunda, e, do mesmo modo, o inverso (BUCCI, 2008; GOMES, 1994; KOVACH e ROSENSTIEL, 2004; MELO, 2008; SILVA, 2002; TRAQUINA, 2012).

Vidal (2009) destaca que a informação de interesse público é a que contribui para que os cidadãos possam constituir um repertório básico para se posicionar e tomar decisões sobre as diversas questões que afetam o país. Tal conceituação explica por que o interesse público também se encontra no cerne do conceito, também sem consenso, de comunicação pública.

Bernardes (2010, 2011) defende que a diversidade de forças na Câmara, pela presença de 513 deputados com matizes ideológicos diversos, e a luta dos jornalistas por autonomia permitem que objetivos relacionados ao interesse público sejam alcançados. Desse modo, interessa-nos estudar a Agência Câmara Notícias em virtude do papel potencial desse veículo para a consolidação da democracia e da cidadania, como meio de informação para se acompanhar o exercício dos mandatos dos representantes, bem como para inteirar-se acerca dos projetos e discussões que se desenvolvem no Parlamento brasileiro.

O nosso foco é analisar a informação política produzida e publicada pela Agência Câmara Notícias. Ressaltamos que o nosso objeto de estudo está marcado pela ambiguidade entre Jornalismo e Comunicação

<sup>251</sup> Jornalista, mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará – Brasil. leidyane.viana@gmail.com

<sup>252</sup> Jornalista, doutor em Educação, professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará – Brasil. edgard@ufc.br

institucional, contudo o discurso institucional dos agentes vinculados à Secom da Câmara aponta para a defesa de uma prática jornalística por seus veículos. Portanto, este estudo está orientado pelo viés jornalístico.

## 2 AGÊNCIA CÂMARA NOTÍCIAS

A Agência Câmara Notícias (ACN) foi o último veículo a ser instituído, no ano 2000, completando o quadro de veículos de comunicação da Câmara dos Deputados (junto a TV Câmara, Rádio Câmara e Jornal da Câmara<sup>253</sup>). De acordo com Bernardes (2010), a Agência foi criada para dar mais visibilidade às atividades legislativas, divulgando, em tempo real, informações sobre votações em plenário, audiências públicas no âmbito das Comissões, reuniões de bancadas parlamentares, entre outras atividades. A Agência está hospedada no portal da Câmara dos Deputados<sup>254</sup> e divide seu conteúdo em 21 Editorias.

O Manual de Redação da Casa faz uma distinção na atuação dos quatro veículos da Câmara, que resultariam em diferenças de conteúdo: enquanto as emissoras de Rádio e TV têm como destinatários diretamente o grande público, isto é, os cidadãos, o Jornal e a Agência, principalmente esta, têm como público-alvo outros órgãos da imprensa, atuando como fontes de outros veículos. Assim sendo, as emissoras de Rádio e TV “devem desfrutar de maior liberdade estilística e nas respectivas linhas editoriais”, pois estas devem preocupar-se com a preservação e a conquista de ouvintes e telespectadores (MALVAZI, 2004, p. 20).

A partir disso, podemos dizer que são três as funções da Agência Câmara: (1) promover a transparência das atividades realizadas na Câmara dos Deputados; (2) fornecer informações de interesse público aos cidadãos; (3) alimentar a imprensa de fatos com valor jornalístico ocorridos ou a ocorrer na Câmara. Para Mônica Nunes, uma das editoras-chefes, o trabalho deste veículo é principalmente institucional: “dar visibilidade aos debates e atos realizados pela Câmara dos Deputados”. Contudo, o “objetivo da Agência é levar informação de qualidade sobre os trabalhos da Câmara para o cidadão”<sup>255</sup>.

Segundo dados coletados no primeiro semestre de 2016, com o então diretor da Imprensa Escrita, João Pitella Júnior<sup>256</sup>, a Agência Câmara trabalha num sistema de cobertura integrada/compartilhada com a Rádio Câmara: são 13 repórteres trabalhando para os dois veículos (mas esse número pode variar em função de integração também com a TV). Além disso, a Agência conta com 03 produtores e 09 editores. Um dos editores é o próprio diretor; e outras duas são as editoras-chefes (Luciana Couto e Mônica Nunes). Não há divisão em núcleos ou editorias, ou seja, todos os repórteres e editores ficam disponíveis para qualquer tipo de cobertura.

## 3. AVALIANDO O INTERESSE PÚBLICO EM NOTÍCIAS DA AGÊNCIA CÂMARA NOTÍCIAS

Vários aspectos relativos ao assunto ou tema podem ser associados ao interesse público. Contudo, geralmente, faz-se um enquadramento genérico das notícias de interesse público com base no fato de elas se referirem a assuntos que dizem respeito à sociedade, à vida do país ou por envolverem algum tipo de direito ou de obrigação civil. Fala-se na noção de informações de interesse público, como sendo algo meio óbvio ou um tanto intuitivo. Ademais, outra forma usual de tentar identificar tal tipo de notícia é por meio da contraposição com notícias mais afeitas ao entretenimento ou à diversão, as quais são enquadradas como notícias de interesse do público.

Na tentativa de ir um pouco além, vamos esmiuçar as peculiaridades que possuem os temas tratados pela Agência Câmara para que eles possam ser vistos como de interesse público. Parte-se, então, do pressuposto de que o interesse público está presente de forma predominante nas temáticas tratadas por esse veículo. Após agrupadas as notícias por temas, identificamos os seguintes aspectos, relativos ao interesse público, conforme os autores estudados:

<sup>253</sup> O Jornal da Câmara foi descontinuado em 2016.

<sup>254</sup> Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/>> Acesso em: 15 Abr. 2015.

<sup>255</sup> Entrevistas realizadas por e-mail com o diretor e as editoras-chefes da Agência Câmara, em 14/10/2015, 23/12/2015 e 02/06/2016, respectivamente.

<sup>256</sup> Entrevistas realizadas por e-mail com o diretor e as editoras-chefes da Agência Câmara, em 14/10/2015, 23/12/2015 e 02/06/2016, respectivamente.

Tabela 1: Atributos do interesse público.

Transparência da vida pública, dos atos de agentes e instituições públicas; prestação de contas (Transparência) (SILVA, 2006)
Princípios ou valores consagrados pela sociedade (Princípios/valores) (CHAPARRO, 2012)
Consequências ou implicações na vida das pessoas <sup>257</sup> (Consequências) (Utilidade pública) (GOMIS, 2002; MOREIRA, 2006; SILVA, 2006; WOLF, 1999)
Impacto sobre a nação ou sobre o interesse nacional; Amplitude (Impacto) (MOREIRA, 2006; WOLF, 1999)
Relevância/significatividade em virtude das repercussões que pode gerar; Gravidade (Relevância/significatividade) (MOREIRA, 2006; WOLF, 1999)
Notoriedade, grau ou nível hierárquico dos agentes (Notoriedade) (MOREIRA, 2006; WOLF, 1999)

Fonte: Elaborada pelos autores.

Selecionamos as notícias a serem analisadas em cinco dias aleatórios do ano de 2016, de modo a constituir uma semana artificial, como sugerido por Bauer (2000, apud HERSCOVITZ, 2010). As notícias são encontradas por meio de mecanismo de busca presente na parte superior da página da Agência, onde se vê “Buscar em Notícias”. Após se clicar no botão de busca, abre-se uma página com ferramentas de busca avançada, que permite especificar a data ou o período desejado. Ao aplicarmos o filtro, mostram-se todas as notícias para esse dia ou período.

Fizemos a composição da amostra tomando-se meses alternados, a partir do mês de início de uma sessão legislativa, ou seja, fevereiro, e coletando um dia da semana de cada mês, do seguinte modo: a segunda-feira com mais notícias de fevereiro (15/02/2016); a terça com mais notícias de abril (26/04/2016); a quarta com mais notícias de junho (01/06/2016); a quinta com mais notícias de agosto (25/08/2016); e a sexta com mais notícias de outubro (14/10/2016). A aleatoriedade visa a oferecer um elemento de objetividade na seleção do *corpus*, evitando direcionamentos ou vieses na escolha (Tabela 1).

Tabela 2: Seleção de notícias.

FEVEREIRO		ABRIL		JUNHO		AGOSTO		OUTUBRO	
SEGUNDAS		TERÇAS		QUARTAS		QUINTAS		SEXTAS	
01/02/2016	18	05/04/2016	49	01/06/2016	77	04/08/2016	18	07/10/2016	19
08/02/2016	0	12/04/2016	51	08/06/2016	60	11/08/2016	17	14/10/2016	30
15/02/2016	18	19/04/2016	31	15/06/2016	73	18/08/2016	11	21/10/2016	19
22/02/2016	10	26/04/2016	55	22/06/2016	48	25/08/2016	31	28/10/2016	0
29/02/2016	16			29/06/2016	40				

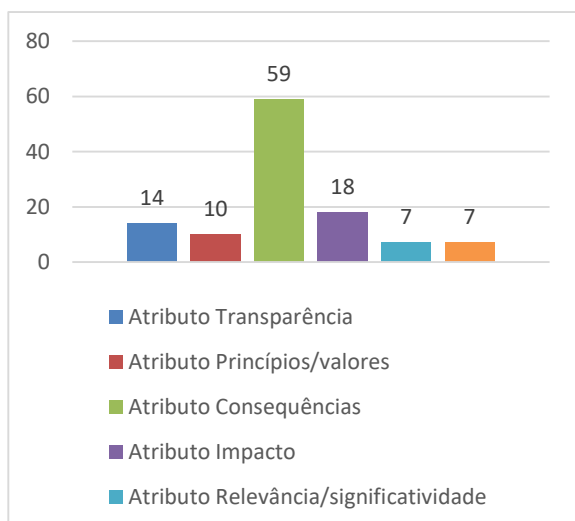
Fonte: Elaborada pelos autores.

É importante enfatizar que não estamos igualando o interesse público ao interesse jornalístico. Se estamos tomando este como base para a análise, deve-se ao fato de o discurso dos próprios produtores do veículo que analisamos defenderem uma atuação pautada no Jornalismo. Ou seja, focamos no interesse público vinculado ao interesse jornalístico porque a produção da Agência é jornalística, segundo os próprios profissionais.

Nas 211 notícias analisadas, dos 05 dias selecionados, identificamos 117 temas distintos. Em termos de média, são 23,4 temas/dia. Após a análise dos 117 temas das matérias, constatamos a seguinte ocorrência dos atributos do interesse público<sup>258</sup>:

<sup>257</sup> Por oposição, podemos dizer que estas são questões que não se referem a interesses particulares. Não consideramos que quanto maior a quantidade de pessoas atingidas, maior será o interesse público, uma vez que não temos como dimensionar esse aspecto. Ademais, como vimos, o interesse público pode se verificar em questões relativas a princípios universais, os quais podem dizer respeito a minorias. Ou seja, o aspecto quantitativo não é determinante nesta discussão.

<sup>258</sup> Consideramos aqui somente os atributos percebidos de modo predominante, mas também que ocorrem simultaneamente. Reconhecemos, de antemão, a dificuldade existente na tarefa de verificar os aspectos de alguns temas, uma vez que esses aspectos podem apresentar interseções entre si. Além disso, a análise está condicionada à percepção e à subjetividade do avaliador.

Gráfico 1: Atributos de interesse público nos 117 temas<sup>259</sup>.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Um primeiro dado oriundo da análise dos atributos é que o aspecto Consequências foi o mais identificado, ocorrendo em 50% dos temas (59). O tipo de tema em que visualizamos esse atributo é aquele com potencial de gerar consequências mais diretas na vida das pessoas, pois como só estamos considerando o tema, não sabemos qual é o acontecimento relatado nas notícias sobre esses temas. A maior parte dos temas com esse aspecto (49) foi tratada em apenas uma notícia, ou seja, de forma mais ligeira. Além disso, esse aspecto está presente em 03 dos 09 temas em destaque, mas, em virtude do grande número de temas com esse aspecto, só 5% (03 de 59 casos) deles foram considerados mais importantes. Percebemos aqui a indicação da grande diversidade de temas, tratados na Câmara, com implicações na vida das pessoas.

O segundo atributo que mais ocorre, Impacto, verificado em 15% dos temas (18), teve grande representatividade em relação aos temas que foram mais abordados: ocorrendo em 04 dos 09 temas, ou em 22% dos temas com esse atributo (04 de 18 casos). Percebemos esse atributo em questões relativas a grandes alterações políticas, como o impeachment, que afetam a governabilidade do país, caso da DRU, que envolve um recurso tido como fundamental para a soberania nacional, caso do pré-sal, e também em questões macroestruturais, como no incentivo às energias renováveis, ou relativas a relações internacionais, como no acordo tributário entre Brasil e Rússia. Aqui estão presentes temas de maior magnitude ou amplitude, cuja ocorrência é menos frequência, gerando, por isso, maior noticiabilidade.

Já o atributo Transparência, o qual percebemos somente nas notícias que mencionam ações de transparência ou que enfatizam atividades parlamentares, a despeito de todas as notícias indiretamente apresentarem essa perspectiva, apareceu em 12% dos temas (14), estando em um dos temas em destaque, o que representa 7% do total de casos em que o verificamos.

O aspecto Princípios/valores foi o único que não teve representatividade em relação aos temas com maior noticiabilidade. Nesse grupo, colocamos temas que se referem a direitos de minorias, a valores consagrados na sociedade ou a direitos universais do homem. Identificamos esse atributo em 10 temas (8,5%), mas nenhum deles está entre os que foram destaque nas coberturas. Isso indica que esse atributo não é considerado de grande relevância em relação à noticiabilidade.

Por último, os atributos Notoriedade e Relevância/significatividade são os que tiveram menos ocorrências no geral, em 07 temas cada, e, ao mesmo tempo, foram os mais representativos nos temas que ganharam maior destaque: Notoriedade está em 03 dos 09 temas mais abordados, o que representa 43% (03 dos 07 casos); já Relevância/significatividade, o qual pode ser associado à perspectiva de repercussão, ou seja, de geração de novos fatos, como aponta Gomis (1991, 2002), está presente em 04 dos 09 temas mais relevantes na cobertura, significando 57% (04 dos 07 casos).

Os dados encontrados nos permitem dizer que os atributos mais importantes, de acordo com os critérios de noticiabilidade da Agência nos dias analisados, foram, na ordem decrescente: Relevância/significatividade, Notoriedade, Impacto, Transparência, Consequências e Princípios/valores. Ademais, com relação aos 09 temas em destaque, 05 (66,5%) tiveram mais de um atributo, como se vê abaixo:

<sup>259</sup> Importante mencionar que, em 09 temas (7,5%), não detectamos, de maneira explícita, nenhum dos atributos listados. Contudo, poderíamos dizer que são temas que tratam de interesses regionais ou locais, como elevação de cota ICMS para municípios sede de hidrelétricas, criação de Região Integrada de Desenvolvimento da Grande São Luiz e isenção tributária para remessas à Zona Franca de Manaus.

Tabela 3: Temas mais abordados e atributos encontrados.

Tema	Atributos
01. Impeachment de Dilma Rousseff	Relevância/significatividade, Impacto, Notoriedade
02. Processo de cassação contra Eduardo Cunha	Relevância/significatividade, Notoriedade
03. Reajuste salarial de servidores	Consequências, Impacto
04. Bloqueio ou suspensão do Whatsapp	Consequências, Notoriedade
05. Desvinculação de Receitas da União	Impacto
06. CPI do Carf	Relevância/significatividade
07. Alterações no marco legal do pré-sal	Impacto, Relevância/significatividade
08. Mobilidade urbana	Consequências
09. Mudança de regras para composição de comissões na Câmara	Transparência

Fonte: Elaborada pelos autores.

Comparativamente, dos 108 temas que receberam destaque inferior, somente 03 possuem mais de um atributo (menos de 3%). Assim, além da identificação dos atributos mais determinantes, podemos dizer também que quanto mais atributos de interesse público, maior a chance de noticiabilidade dos fatos relacionados a esses temas.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Já era esperado que as notícias da Agência possuísem valores de interesse público ligados aos assuntos abordados, uma vez que a missão da Câmara é tratar de questões inerentemente voltadas para o interesse público, que afetam a coletividade direta ou indiretamente, em menor ou maior escala. Os dados levantados servem para realizar um mapeamento dos tipos de assunto presentes no noticiário da Agência, a partir de uma proposta que elaboramos acerca de quais aspectos podem ser percebidos em temas ou assuntos de interesse público.

A partir dos dados, podemos indicar quais atributos são mais frequentes e quais são mais determinantes na escolha dos temas a serem priorizados. Os atributos de interesse público mais representativos nesse grupo de 09 temas foram Relevância/significatividade, Notoriedade e Impacto. Tendo em vista os critérios editoriais da Agência, esses atributos seriam, então, os de mais elevado interesse público ou interesse do público. Entretanto, consideramos não ser possível, pelo menos no âmbito desta pesquisa, atribuir uma escala valorativa entre os atributos que listamos, até porque eles são decorrentes de uma sistematização de diversos autores.

Outra constatação é que a temática com mais atributos vai possuir mais relevância, do ponto de vista do interesse público. Dito de outro modo, a concentração de atributos de interesse público potencializa o grau de interesse público de um tema. A partir disso, pode-se dizer também que os temas com maior potencial de interesse público terão, por consequência, um maior grau de noticiabilidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARROS, Antônio Teixeira de; BERNARDES, Cristiane Brum; LEMOS, Cláudia Regina Fonseca. (2008) As mídias legislativas e a redefinição da noticiabilidade política no Brasil. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 11-24, jan./jun.
- BERNARDES, Cristiane Brum. (2010) **Política, institucional ou pública? Uma reflexão sobre a mídia legislativa da Câmara dos deputados** – Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor) da Câmara dos Deputados. Brasília.
- \_\_\_\_\_. (2011) Visibilidade política e controle da produção jornalística nos veículos de comunicação da Câmara dos Deputados. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6. Brasília, p. 151-182, jul./dez.
- BERNARDES, Cristiane Brum; MACEDO, Sílvia Mugnatto. (2014) Mudanças nas rotinas de produção do Jornalismo da Câmara dos Deputados: o processo de integração das mídias legislativas. **Contemporânea: Comunicação e Cultura**, v. 12, n. 1. Salvador, p. 125-146, jan./abr.
- BUCCI, Eugênio. (2008) **Sobre Ética e Imprensa**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- CERVI, Emerson Urizzi; MASSUCHIN, Michele Goulart. (2013) O que interessa ao público nos portais informativos? – as notícias ‘mais lidas do dia’ e o papel da internet como fonte de informação política durante o período eleitoral. **Revista Compólitica**, n. 3, v. 2, ed. jul./dez.

- CHAPARRO, Manuel Carlos. (2016) **Interesse público não se confunde com interesse do público**. Disponível em <[http://oxisdaquestao.provisorio.ws/wp-content/uploads/2016/03/2012\\_7\\_31\\_14\\_31\\_7\\_54154.pdf](http://oxisdaquestao.provisorio.ws/wp-content/uploads/2016/03/2012_7_31_14_31_7_54154.pdf)>. Acesso em: 12 jun.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério; TRICHES, Guilherme Longo. (2014) Interesse público no jornalismo: uma justificativa moral codificada. **Revista Famecos**, v. 21, n. 2, p. 484-503.
- FARIA, Armando Medeiros. (2012) Imprensa e interesse público. In: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3. ed. São Paulo: Atlas, p. 174-179.
- GOMES, Wilson. (1994) Informação, ética e democracia. Comunicação apresentada na **46ª. Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência**. Vitória.
- \_\_\_\_\_. (2004) **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus.
- GOMIS, Lorenzo. (2002) Do importante ao interessante. Ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. **Pauta Geral**. Revista de Jornalismo. Salvador: Calandra, Ano 9, n. 4, p. 225-258.
- GOMIS, Lorenzo. (1991) **Teoria del periodismo**. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós.
- KARAM, Francisco José. (2004) A ética jornalística e o interesse público. São Paulo: Summus.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. (2004) **Os elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial.
- MACHADO, Márcia Benetti; MOREIRA, Fabiani. (2005) Jornalismo e informação de interesse público. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 27, agosto.
- MALAVAZI, Ademir (Org.). (2004) **Manual de Redação da Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados**. Brasília: Câmara dos Deputados, Secretaria de Comunicação Social.
- MELO, José Marques de. (2008) Jornalismo político: Democracia, Cidadania, Anomia. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 35, abril.
- MOREIRA, Fabiane Barbosa. (2006) **Os valores-notícia no jornalismo impresso: análise das ‘características substantivas’ das notícias nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo**. Dissertação – Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre.
- SILVA, Gislene. (2005) Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, v. II, n. 1, 1º semestre.
- SILVA, Luiz Martins da. (2002) Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília/São Paulo: Editora da UNB/Imprensa Oficial SP, p. 47-74.
- \_\_\_\_\_. (2006) Jornalismo e interesse público. In: **Jornalismo político: Teoria, história e técnica**. Rio de Janeiro: Record, p. 45-84.
- ROTHBERG, Danilo. (2011) **Jornalismo Público**. São Paulo: Editora Unesp.
- SANT’ANNA, Francisco. (2009) **Mídia das fontes: um nono ator no cenário jornalístico brasileiro**. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas.
- TRAQUINA, Nelson. (2005) **O Estudo do Jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Unisinos.
- VIDAL, Delcia M. M. (2009) **Imprensa, jornalismo e interesse público: perspectivas de renovação – a notícia cidadã**. 2009. 221f. Doutorado em Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade de Brasília. Brasília.
- WOLF, Mauro. (1999) **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença.



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## De víctimas y victimarixs: noticias sobre casos de abusos sexuales contra niñas y adolescentes en medios gráficos

### Victims and victimarixs: news about cases of sexual abuse against girls and teenagers in graphic media

*Cecilia Inés YORNET*<sup>260</sup>

*Gabriela Nélica LUCERO*<sup>261</sup>

**RESUMEN:** El Observatorio de Medios sobre Niñez y Adolescencia del Departamento de Ciencias de la Comunicación y el Instituto de Investigación Socioeconómicas de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Juan se propone como objetivo general relevar, desde el enfoque en derechos humanos, el tratamiento dado por medios de comunicación de San Juan a los contenidos sobre niños, niñas y adolescentes. En la presente ponencia focalizamos el análisis interpretativo sobre casos en que aparecen noticias sobre niñas y adolescentes mujeres en medios gráficos locales desde una perspectiva de ddhh y enfoque de género, en temas relacionados con abusos sexuales. Desde una metodología cualitativa y a través de la narratología como herramienta de análisis se indaga sobre el tratamiento y la construcción de la noticia desde los componentes que configuran la producción informativa del medio gráfico de mayor circulación en San Juan.

**PALABRAS CLAVE:** niñez, noticia, abuso

**ABSTRACT:** The Media Observatory on Childhood and Adolescence of the Department of Communication Sciences and the Socioeconomic Research Institute of the Faculty of Social Sciences of the National University of San Juan propose as a general objective to highlight, from a human rights perspective, the treatment given by the media of San Juan to the contents about children and adolescents. In this paper, we focus on the interpretative analysis of cases in which news about girls and adolescent women appear in local graphic media from a DHR perspective and a gender perspective, on issues related to sexual abuse. From a qualitative methodology and through narratology as a tool of analysis, it is investigated about the treatment and construction of the news from the components that make up the informative production of the graphic medium of greater circulation in San Juan.

**KEY WORDS:** childhood, news, abuse

Niños y niñas aparecen diariamente en los medios de comunicación. En la provincia de San Juan, Argentina, según mediciones del proyecto “Noticias sobre niñas, niños y adolescentes en San Juan. Observación de medios locales desde el enfoque en derechos humanos con perspectiva de género”, el tema principal por el cual niñas, niños y adolescentes protagonizan noticias es “violencia”.

Si bien en Argentina no existen datos oficiales sobre abuso sexual contra NNyA, en un informe reciente UNICEF estima que los casos “son muy frecuentes y su número supera las denuncias”. Además, agrega el organismo: “a nivel mundial según un informe de septiembre de 2016 de la Organización Mundial de la Salud (OMS) 1 de cada 5 mujeres y 1 de cada 13 varones han declarado haber sufrido abusos sexuales durante su infancia”. En el mismo sentido, el Estudio Global elaborado por UNICEF en el año 2014 estima que “más de 1 de cada 10 niñas sufrieron abuso sexual en su infancia”. (UNICEF, 2016, p. 6-7)

En la provincia de San Juan, en una publicación periodística aparecida el 31 de julio de este año, el Director del Centro de Abordaje Integral de Niños, Niñas y Adolescentes Víctimas (Anivi) informó que en este centro se han recibido alrededor de unas 30 denuncias mensuales, es decir, casi una por día. (Diario de Cuyo, 31 de julio de 2017).

<sup>260</sup> YORNET, Cecilia: docente e investigadora en la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de San Juan, Argentina, Master en Comunicación y Educación, Argentina, ceinyor@gmail.com

<sup>261</sup> LUCERO, Gabriela: docente e investigadora en la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de San Juan, Argentina, Licenciada en Comunicación Social, Argentina, gabyluc@hotmail.com

La violencia sexual ejercida hacia niños, niñas y adolescentes no es un fenómeno nuevo. Lo que sí puede considerarse reciente –en términos de las últimas décadas– es la significación de este tipo de violencia, desde que comienza a considerarse a los niños y niñas como seres sujetos de derechos humanos generales y especiales por su condición de niños. La Convención Internacional sobre los Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes generó un proceso de visibilización de los derechos de infancia. Aquello que históricamente había sido concebido como un asunto privado, oculto en la familia patriarcal, se convierte en algo que se denuncia y se condena. Estos cambios propiciaron que los medios de comunicación comenzaran a hacerse eco de estas temáticas.

Jorge Volnovich sostiene que la visibilización del abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes es el correlato de un movimiento político, social y subjetivo que en el siglo pasado y en los comienzos del actual, promovió modificaciones en la conciencia de la humanidad respecto de los derechos de los niños. Tales modificaciones, afirma el autor, “han contado con un instrumento principal de dominio subjetivo, constituido por la semiótica hegemónica de un discurso mediático que impulsó la denuncia y la notificación de los malos tratos contra niños y adolescentes”. (Volnovich, 2006, p.18)

El autor postula, sin embargo, que el movimiento de visibilización y de defensa de los derechos del niño pierde su empuje inicial en función de numerosas razones, entre ellas, la forma cómo se vehiculizan las temáticas de infancia a través de los medios. Plantea que “el dominio de los medios de comunicación ha determinado que el abuso sexual deshonesto es aquel que se vehiculiza por los medios, visibilizándolo e invisibilizándolo, hiperinformando y desinformando al mismo tiempo”, (Volnovich, 2006, p.19).

¿Cómo es que la visibilización invisibiliza? ¿Cómo se puede hiperinformar y desinformar al mismo tiempo? ¿De qué manera los medios de San Juan, específicamente los medios gráficos, informan sobre el abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes?

Este trabajo informa sobre el análisis realizado a las noticias referidas a abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes publicadas durante el transcurso del mes de julio de 2017 en Diario de Cuyo, el medio gráfico diario de mayor circulación en la provincia de San Juan.

En el ámbito de los estudios de comunicación es habitual el uso del término “tratamiento” para hacer referencia a esos modos de construcción y puesta en circulación de contenidos mediáticos. En el mismo sentido se utilizan las expresiones “cobertura”, “enfoque”, “marco”, “estructura”, “formato” o “encuadre”, noción esta última familiar a varios campos del saber y utilizada en estudios sobre periodismo bajo el nombre “framing”. Los investigadores que desarrollan esta línea sugieren que son los medios los que crean el significado de lo que ocurre en la sociedad y que en el análisis del formato y contenido de las noticias se detectan unos mecanismos en los que se encuentran los encuadres o enfoques de una determinada noticia. El encuadre es la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración. (SÁDABA, 2007) En ese sentido es que se vuelve imperioso conocer sobre qué aspectos hacen foco los relatos mediáticos en un tema tan delicado.

En ese marco, el objetivo de este trabajo fue conocer la forma en que el medio seleccionado construye relatos en torno a casos de violencia sexual contra niños, niñas y adolescentes, qué actores y cómo intervienen en esos relatos, de qué manera se interpretan los hechos ocurridos. Estas preguntas incluyen también otras en el sentido de indagar si los niños, niñas y adolescentes presentes en estos contenidos periodísticos son tratados como sujetos de derecho y si de alguna forma el medio promueve conciencia social en torno al tema.

El corpus se constituyó con todos los textos periodísticos publicados en el mes de julio de 2017 referidos a casos de abuso sexual contra niños niñas y adolescentes en la edición impresa de Diario de Cuyo de la provincia de San Juan. Sobre ese corpus se aplicó el análisis narratológico, opción metodológica que fue evaluada como la más adecuada a la hora de encontrar los significados privilegiados o la “lectura preferencial”, es decir, aquella interpretación “preferida” por el texto que constriñe su polisemia y se hace evidente estudiando la estructura y composición del texto (MARONNA y SÁNCHEZ, 2004).

Durante el mes de julio de 2017 Diario de Cuyo de San Juan publicó un total de diez notas periodísticas que tuvieron por tema ocho casos distintos de violencia sexual contra niños, niñas y adolescentes. Seis de las diez notas estuvieron referidas a la resolución de casos judiciales iniciados años antes. Tres de las diez notas anuncian sobre dos casos de abusos ocurridos en ese mes. Finalmente, una sola nota tiene un abordaje temático, a través de la entrevista ya mencionada a un funcionario que brinda datos estadísticos sobre el tema.

Una vez establecido el corpus, la aplicación de algunas de las categorías centrales del análisis narratológico se realizó separando las publicaciones en dos grupos. Por una parte, se analizaron las seis notas que relatan casos judiciales cuya resolución es el motivo de la publicación. Por otra, el análisis se aplicó sobre las noticias que relatan uno de los dos únicos casos entre los publicados que ocurrió efectivamente en el transcurso del mes analizado.

El análisis narratológico se focaliza en dos dimensiones: historia y discurso. Historia refiere a los acontecimientos (hechos y acciones) y personajes, es decir, qué le pasa a quién. La dimensión del discurso se relaciona con la forma en que esa historia es comunicada por un narrador. La primera dimensión implica definir qué hechos se cuentan, quiénes están involucrados y cómo está constituida la trama; la segunda dimensión implica un énfasis particular sobre el punto de vista, el tipo de narrador y los modos del relato. Con estas dimensiones y sus categorías construimos grillas para su aplicación en cada nota, lo cual nos permitió el análisis que vamos a compartir a continuación.

Con respecto a las seis notas cuya esencia noticiosa es el relato de la resolución de un caso judicial, todas refieren abusos y violaciones ocurridos con anterioridad: cuatro de ellos fueron denunciados en 2015, uno en 2013 y sólo uno tiene denuncia en este año.

En relación a la historia que se cuenta, todos ellos relatan situaciones de abusos sexuales gravemente ultrajantes y abusos sexuales agravados por el acceso carnal cometidos por adultos varones en contra de niñas en 5 de los 6 casos; un niño en uno de los casos. Los hechos fueron denunciados en ocasiones con ayuda de otros adultos, los responsables apresados y las noticias dejan constancia de sus procesamientos o su condena. El esquema narrativo elegido preferentemente en estas notas es el relato cronológico. En dos de los casos la entrada menciona la resolución judicial y luego inicia la cronología, mientras en el resto de los textos el relato comienza con el inicio de los abusos, describe el desarrollo de la situación, en la mayoría de los casos prologada durante años, para después informar sobre el paso del ocultamiento al saber, la denuncia y la intervención judicial que termina en apresamiento, fallo en primera instancia o condena definitiva. De todas formas, en el caso de estos textos periodísticos hay que considerar que siempre se trata de crónicas de final anunciado porque el titular se encarga en todas las ocasiones de dejar en claro que el abusador o violador está preso, procesado o condenado. Esa decisión judicial es precisamente el motivo de la publicación.

Un aspecto llamativo en relación con la temporalidad de los relatos. En ninguno de los titulares, de primera plana o interiores, el diario informa que se trata de casos ocurridos años o meses atrás. Sólo la lectura permite enterarse que no se trata de casos recientes.

Otro dato temporal importante es cuándo ocurrió la acción judicial que da pie a la noticia, según las modalidades periodísticas de construcción de la actualidad. Sólo dos de las seis noticias de abusos judicializados que publica Diario de Cuyo en julio responden al criterio de tempestividad: informan que las resoluciones judiciales fueron tomadas el día antes, precisamente utilizan la expresión “ayer”. Otras dos noticias no indican cuándo fueron tomadas las medidas sobre las que se informa, en tanto las otras dos son ambiguas y hablan de procesamientos o decisiones tomadas “en estos días”. Las dos únicas noticias sobre casos judiciales que responden al criterio de tempestividad aparecen en días sábado o jueves, en tanto dos que no identifican fechas de resoluciones judiciales o se expresan ambiguamente, están ubicadas dos lunes. Las noticias publicadas esos dos lunes de julio pertenecen a una subsección llamada “Historias”, en la que el diario analizado publica casos que apelan a la emotividad de los lectores.

Los titulares, así como los textos, mencionan tres tipos de personajes: el agresor, la o las víctimas con especial atención en casos en los que hay múltiples víctimas (sus 4 hijas, 3 hijas) y la Justicia. Existen personajes auxiliares como madres que niegan o ayudan, algún familiar o un novio que presta apoyo a las víctimas. Sólo se encontraron dos menciones brevísimas a la policía.

Respecto de los atributos, la forma de mencionar a los protagonistas, los agresores no son identificados por su nombre, según el mismo medio indica para proteger la identidad de las víctimas. En algunos casos se dan las iniciales de sus nombres y prácticamente en todos los casos se recurre a su ocupación como manera de nombrarlo: el remisero, el albañil, obrero rural, el changarín. En dos casos se habla del discapacitado o del hombre en silla de ruedas y son comunes expresiones como “el sujeto”, “este hombre”. Siempre se identifica la relación de parentesco con las víctimas: en cuatro casos era su padre, en dos el “padrastra”. En dos ocasiones se los nombra con apelativos que implican una calificación: “el verdugo” o “el chacal”. Los atributos que se adjudican a los agresores se corresponden con estas últimas formas de mencionarlos: no les importan sus hijas o hijastra/os, ya sea por lo que puedan sufrir o por lo que presencien, no se detienen en las propias hijas sino que incluyen entre sus víctimas a sobrinas o hijas de las parejas, son mentirosos, alcohólicos, vagos, violentos, agresivos, morbosos: “Era de andar borracho y no le temblaba la mano a la hora de golpear a su mujer o a sus hijos” o “tenía todos los vicios”, “Persona agresiva, sanguinaria y sin escrúpulos”.

Las acciones que según el relato llevan adelante estos personajes son mentir, engañar, amenazar, manosear, violar, corromper, cometer ultrajes sexuales, abusar sexualmente, violar sistemáticamente, insultar, reprender, someter, ultrajar, filmar, golpear, disfrutar, negar, fugarse, urdir un plan, firmar un juicio abreviado, aceptar la pena.

Las víctimas son, con excepción de un caso, siempre niñas o adolescentes mujeres. Si bien hay en los relatos menos información sobre ellas que sobre los agresores, los atributos que se desprenden del relato son, en general el sometimiento y la pérdida de su calidad de sujeto: sufren abusos, quedan embarazadas, son forzadas a abortar, las encierran, son engañadas, les impiden ir a la escuela, tienen miedo y vergüenza. Las acciones están en consonancia con esto: soportan, aguantan, esperan, aunque en dos de estos casos toman coraje, denuncian, piden ayuda. Todas, en algún momento en estas historias, relatan lo que sufrieron y aquí el texto aclara que lo hacen en Cámara Gesell.

Mencionado en la mayoría de los titulares y en la totalidad de las notas analizadas, otro personaje relevante es “la justicia” ya sea identificada con esa expresión, o bien con el nombre completo del Juez y el dato de la Sala o Juzgado donde se desempeña. La lectura de los titulares de tapa así como del interior del diario deja en claro siempre la condena o el apresamiento del agresor por parte de la Justicia. Cuando no lo hace en el titular propiamente dicho, lo hace en la volanta o en la bajada. Los jueces, de los que hay poca descripción de atributos —a excepción de dos menciones en relación a lo ejemplar de la condena o a la aplicación de la pena “más dura que se conoce en la provincia en los últimos años”— están asociados a las acciones de ordenar, procesar y condenar. Si tuviéramos que dar un nombre a este personaje sería el de “Resolutor”, palabra que no existe en el diccionario pero resume a esta figura en estos relatos.

La figura de “la Justicia” se completa con auxiliares como los defensores y fiscales, en un solo caso una asesora en temas de niñez, aunque no fue consultada por el medio sino solo mencionada en la nota. En todas las notas aparecen las madres de las víctimas. En la mitad de los casos son ellas las que descubren los abusos y denuncian. En el resto no se enteraron de lo que sucedía en sus casas o defendieron a su pareja o marido. En esos casos son otras personas allegadas como una abuela, el novio, la madrina quienes son mencionados en el rol de contribuir o ayudar a que se conocieran los hechos.

Entre todos los protagonistas de estas notas, los abusadores y la justicia (en la figura de los jueces) son los que merecen, en las páginas interiores del diario, una mención también en imágenes. Dos de las seis notas están acompañadas por fotos de los procesados, dos tienen la foto del juez en su despacho y una está ilustrada con una fotografía que recrea una situación de abuso.

Los protagonistas son, en todos los casos, miembros de una misma familia y, por la mención a sus ocupaciones se puede concluir que son de una situación socioeconómica pobre o indigente. Con respecto a los escenarios donde se desarrollan las acciones, éstos son dos: el hogar familiar y la justicia (que incluye la cárcel). Con respecto a la casa de la familia donde estos hechos suceden, el diario en algunas ocasiones habla de la “humilde vivienda” o ilustra con una fotografía que muestra condiciones de pobreza habitacional.

En la dimensión discursiva de este análisis cabe mencionar que en la totalidad de las notas analizadas encontramos un narrador externo a los hechos que relata, aunque en cuatro de las seis notas es un narrador omnisciente, que sabe y da a conocer lo que los personajes de su texto piensan, temen, deciden: “Pero como la espina le quedó clavada, interrogó también a su hija menor”, “A su mamá la cuestión no le cerró”, “La adolescente soñaba con cumplir los 18 para fugarse y denunciar lo que pasaba. Pero no aguantó”.

En su relación con el saber, con lo que se cuenta, este narrador parece saber lo mismo que los protagonistas. Los textos abundan en descripciones detalladas de los hechos que constituyeron los abusos, de las circunstancias de sometimiento de las víctimas, de sus sentimientos e incluso contienen transcripciones de diálogos ocurridos en la intimidad de esas familias. La identificación de las fuentes, cuando se las menciona, es sumamente vaga aunque apunta claramente a uno de los protagonistas: “La Justicia”. Así, tres de las seis notas analizadas en este apartado mencionan al menos una vez “fuentes judiciales”, otra indica “un vocero”, mientras dos de las seis no hace ninguna mención a fuente alguna. Una de estas es la que aparece con foto del Juez en su despacho, lo cual sugiere o lleva a hacer una asociación.

A pesar del uso obligado de la tercera persona como parte de la retórica objetivadora que caracteriza al discurso periodístico, estos seis textos muestran la utilización de adjetivos para calificar tanto a algunos de los protagonistas como a los hechos y las situaciones que se narran: “la pena más dura que se conoce en la provincia en los últimos tiempos”, “los graves ultrajes sexuales”, “abusos, tan desmedidos que ...”, “los detalles más escabrosos”, “el asunto terminó de manera aberrante”, “someter de la forma más perversa a la adolescente”, “contar su horrible secreto”, “Con mucho coraje”, “un aberrante caso de delito sexual e incesto”, “las más denigrantes situaciones”, “las prácticas más denigrantes”, “otro estremecedor caso de incesto”, “detalles de las humillantes situaciones”.

}A esta abundancia en la adjetivación se suma una narración que cuenta, en la mayoría de los casos, con gran cantidad de recursos dramático literarios. Baste lo que sigue como ejemplo, pero no es el único en las seis notas analizadas:

*“Cuatro hermanas unidas por el dolor y el drama de tener un padre que no trabajaba, que hacía del alcohol su compañía, de la violencia una mala costumbre y del abuso sexual un juego perverso. Cuatro mujeres que aguantaron los más humillantes vejámenes, hasta que en agosto de 2013 una de ellas se animó a denunciar lo que hacía su papá dentro de su casa en Chimbas. Cuatro también fueron los años que tuvieron que esperar...”*

## UN CASO: ABUSO A UNA NIÑA DE 9 AÑOS.

En julio de 2017 uno de los casos fue el abuso a una niña por parte del esposo de su tía (hermana de la madre). La trascendencia pública fue grande porque a los pocos días empezó el rumor, desde los mismos medios de comunicación, de que la niña de 9 años estaba embarazada. El caso estuvo presente toda una semana en diversos medios locales. Diario de Cuyo realiza el tratamiento del caso a partir de cuatro noticias que se publican en ediciones impresas, dos de ellas con aparición en tapa. Haremos una reseña general de las cuatro notas de edición impresa que desarrollan la narración y relato del caso. La primera noticia se titula:

22-07-2017

### ATAQUE SEXUAL EN UNA CASA DE CHIMBAS

*Violan a una niña y el tío inventa, para cubrirse, que la abusaron en un asalto.*

*Primero dijo que fueron asaltados en su casa por cuatro sujetos y uno de ellos sometió a la nena. La niña reveló que fue él.*

En este texto se presenta y desarrolla la historia poniendo énfasis en el protagonismo del abusador quien realiza una ‘falsa denuncia’ para encubrirse de la acusación de la violación. La nota se completa con la imagen fotográfica del Juez Ortiz quien lleva la causa; si bien no se menciona como fuente al juez, si se da la información sobre el caso aludiendo a detalles que construyen una narración con alto tono sensacionalista y en los que la presencia de la fuente judicial es evidente. El tono sensacionalista se marca en el detalle sobre el abuso (acceso carnal, desgarró, dolores en la zona genital), sobre la repetición de la relación familiar (tío, tía, sobrina, hermana de la madre) y en la transcripción del detalle de la falsa denuncia (es decir de lo que nunca ocurrió): *“También aseguró que uno de los ladrones abuso de su sobrina introduciéndole los dedos”.*

En esta primera publicación del caso en Diario de Cuyo la niña aparece asociada a la acción de develar y denunciar.

La segunda publicación del caso en Diario de Cuyo anuncia el posible embarazo:

25-07-2017

### ABUSO SEXUAL CONTRA UNA MENOR

*Polémica por el supuesto embarazo de una nena de 9 años que fue violada*

*Su madre hasta pidió el aborto. Pero en la Policía y la Justicia dicen que no tienen información de que la gestación exista.*

En este texto se confronta la voz de la madre quien el texto cita: *“Su propia madre aseguró públicamente que los médicos le confirmaron que está embarazada y que le dijeron que está en sus manos la decisión de interrumpir esa gestación”.* Tal afirmación sobre el embarazo en la voz de la madre y de los médicos queda contradicha en el párrafo posterior: *“La otra pata de la polémica son las versiones policiales y judiciales sobre la ‘inexistencia’ de ese embarazo”.* La disyuntiva para el lector está en el objetivo del texto quien parece proponerse generar la duda, la sospecha, el rumor acompañado de las referencias sensacionalistas: el acento en la relación familiar y en volver a citar la falsa denuncia del abusador, sólo para repetir el detalle morboso: *“El tío de la menor (...) quedó preso en el mismo momento en que fue a denunciar a la Seccional 17ma que cuatro ladrones se habían metido a su casa a robar y que uno de ellos había ultrajado a su sobrina ‘con los dedos’.*

En este texto se plantea la posible disyuntiva frente al embarazo de la niña abusada pero para plantear la duda, para complejizar el conflicto, descalificar la voz de la madre y los médicos frente al sistema judicial y policial como voces de autoridad verídica. Pero sobre todo para terminar por dar un final ‘pedagógico’, informativo, formativo y dogmático a través de un texto resaltado:

## IMPEDIMENTO

*Si se confirma que el embarazo existe, la única posibilidad legal de que sea interrumpido es que los médicos digan que la vida de la niña corre peligro. Si no es así, está prohibido abortar.*

La tercera nota relacionada con el caso publicada en edición impresa se titula:

26-07-2017

LA MENOR NO ESTÁ EMBARAZADA

Nena violada: inminente captura de la tía

Esta publicación empieza citando fuentes policiales que afirman la complicidad de la esposa del abusador, tía de la niña abusada. En el tercer párrafo vuelve a mencionar fuentes policiales y judiciales para confirmar que la niña no estaba embarazada. El tratamiento sensacionalista está presente en la insistente repetición de la falsa denuncia del abusador.

En este texto el protagonismo está puesto en la 'tía' pareja del abusador quien 'habría' según el diario, sido cómplice de la violación.

En la cuarta y última aparición del caso en la edición impresa de Diario de Cuyo se lee como título principal:

27-07-2017

NENA VIOLADA EN CHIMBAS

¿Sujetó a su sobrinita de 9 años para que su pareja pudiera ultrajarla sexualmente?

Esa es la principal sospecha por la que un juez ordenó meter presa a la mujer. El sujeto cayó el día del hecho.

La pregunta utilizada como generadora de sospecha y juicio pone nuevamente el foco en la pareja del abusador quien es acusada de cómplice del abuso sexual. La utilización de fuentes asociadas con la investigación, policías y el juez a cargo son los autorizados para ayudar a armar el relato que en este caso anuncia la detención de la pareja cómplice del abuso. El relato vuelve al tratamiento sensacionalista y al uso de referencias que invitan al morbo: la adjetivación '*El aberrante caso*', la repetición y acento en la relación familiar '*sobrinita*', '*hermana de la madre*', '*tía*'; y en la insistencia del detalle de la falsa denuncia del acusado '*cuatro delincuentes se habían metido a su casa a robar. Y que en medio de la maniobra uno de ellos le 'metió los dedos' a su sobrina*'. El texto cierra la idea relatando que la mujer acusada de cómplice es detenida y que según fuentes policiales hizo un escándalo y nadie la visita, datos que aportan más al tono de melodrama que a una comprensión más completa del caso:

*'la sospechosa hizo un escándalo en su lugar de detención, porque asegura estar embarazada y no tener las condiciones adecuadas de encierro. Allí está incomunicada y al menos hasta ayer, no había sido visitada por nadie'.*

En los cuatro desarrollos de las notas hay constantes en las que poner el foco: el protagonismo sobre los abusadores, agresores, el tratamiento sensacionalista (morbo y dramático: insistencia de detalles innecesarios, en la relación familiar) y la vinculación en el uso de fuentes policiales y judiciales: incluso para confrontar esas voces autorizadas con la de la madre y médicos de la víctima. Pero sobre todo resulta interesante poner el foco en lo no dicho e invisibilizado: el protagonismo de la niñez como sujetos de derechos, las niñas como personas plenas de derechos, el contexto en el que un caso representa la vulnerabilidad de niñas y adolescentes en los que el estado nacional, provincial y municipal tienen obligaciones y responsabilidades, entre otros.

Desde la narratología se puede evidenciar algunos puntos que construyen el relato, de su historia pero también del discurso que pone en valor en las formas de presentar la historia y sus personajes. En este sentido cobra mucho interés la construcción del discurso por lo que devela pero sobre todo por lo que invisibiliza u oculta. En este punto hacer visible lo invisible es donde se develan puntos de vista, valores, creencias e ideologías que propone un medio como una 'lectura preferencial' para su público.

El caso del abuso a una niña de 9 años puede analizarse a partir de algunos puntos que propone la narratología:

1-La historia, su trama, los personajes, el escenario.

Introducción: El tío inventa un robo para cubrirse y denunciar un abuso a su sobrina. Mientras la niña revela que el agresor es el tío y es detenido.

Trama: Aparece la complicidad de la tía. El caso se complejiza con el aparente embarazo de la niña. Se desmiente el embarazo.

Resolución: Es detenida la tía y el tío sigue preso.

Escenario: la identificación de zona, departamento y barrio como zona a relacionar con la marginalidad.

Departamento Chimbass- B Mariano Moreno- Casa de los tíos donde la cuidaban. No aparecen imágenes del lugar pero la sola identificación y asociaciones posibles del escenario con la de 'zonas marginales' se produce en el lector.

Sobre los personajes: el agresor (tío), la víctima (niña), auxiliar de la niña (madre), auxiliar del abusador (pareja- tía), el 'resolusor' (vencedor-voz autorizada- justicia).

Actores	Atributos	Acciones
abusador	Mentiroso, violador.	Inventa para cubrirse, abusa
niña	Niña factible de ser sometida	revela
madre	Ayudante de la niña. Aparece la madre de la niña acompañando la denuncia y después devela embarazo y exige su interrupción.	Denuncia al abusador Denuncia embarazo Exige interrupción embarazo
tía	Ayudante del agresor. Cómplice, encubridora, escandalosa.	Encubre a su pareja, se acusa de su complicidad.
Justicia, abogado, juez	Autoridad, garantiza veracidad	Fuente de confianza consultada hasta el punto de contradecir a la madre de la víctima. Implica resolución.

El desarrollo de la historia pone principalmente el protagonismo sobre el abusador quien es caracterizado como mentiroso y sobre su cómplice a quien también se le atribuyen los rasgos de mentirosa y escandalosa. Mientras que si bien la niña es la que revela y acusa por lo general permanece en un rol más estático determinada por las acciones de los personajes principales: agresores y justicia.

## 2- El discurso. Tipo de narrador, contrato de lectura.

Los textos en cuestión develan un narrador externo, que no pertenece al mundo de lo narrado y que por tanto se apoya en voces autorizadas (policía y juez), antes que a los protagonistas. En el caso en el que aparece la voz de la madre de la niña, es para contradecirla con la voz del juez y policía quienes desmienten el posible embarazo.

Este narrador externo al mundo narrado funciona como narrador que encuadra, recorta, selecciona a través de las voces y fuentes que selecciona para armar la historia y de cómo las valora y jerarquiza pero siempre desde una aparente 'objetividad'. En este punto es interesante descubrir el 'contrato de lectura' que propone Eliseo Verón. Uno de los elementos en donde se devela estos "contratos de lectura" son las modalidades de enunciación de la portada de la prensa gráfica y de los títulos. A través de ellos podemos identificar la configuración de diversos enunciadores y estrategias discursivas. En este caso, Diario de Cuyo plantea un 'enunciador pedagógico'. Según Verón el 'enunciador pedagógico' *pre ordena para el lector el universo del discurso, lo guía, explica e informa y mantiene con el lector una 'distancia objetiva'*. Este dispositivo de enunciación implica una estrategia pedagógica reflejados en el manejo del texto, imagen, y demás recursos gráficos (variaciones de tamaño para indicar importancia de temas, clasificaciones temáticas, jerarquiza, cuantifica, formula preguntas, impersonales). Enunciador y destinatarios mantienen una relación de distancia y desigualdad (el primero muestra y explica, el segundo mira, saca provecho).

## CONCLUSIONES

Nos interrogábamos al comienzo de este trabajo sobre el papel de los medios de comunicación al visibilizar los casos de abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes. Consideramos, al menos en las notas y en el medio analizado, que esas publicaciones encajan perfectamente en la descripción de Volnovich sobre la visibilización que invisibiliza y la hiperinformación que desinforma.

Las noticias que hemos analizado invisibilizan cuando alimentan mitos existentes en relación a los abusos sexuales contra niños, niñas y adolescentes.

Uno de esos mitos es el que afirma que los agresores son personas aisladas socialmente que tienen un perfil de personalidad específico y algún tipo de enfermedad mental o perversión. Todos los abusadores que protagonizan los textos analizados están descriptos con ese perfil. Eso no significa que no lo sean, pero no es el único que existe. Publicaciones especializadas en prevenir el abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes indican que cualquier persona puede ser un abusador.

Los relatos que analizamos tampoco contribuyen a visibilizar este problema social cuando solamente hacen públicos casos que responden a las tipologías del abuso sexual gravemente ultrajante y el abuso sexual agravado por el acceso carnal. Este recorte que hace foco en lo que según datos oficiales locales sería el 10 por ciento de los casos, invisibiliza el 90 por ciento restante, compuesto por situaciones del denominado "abuso sexual simple", que sucede cuando un niño, niña o adolescente es sometido a contactos sexuales, manoseos o tocamientos en las zonas íntimas con fines sexuales. Estos casos no brindan al relato periodístico detalles escabrosos ni se prestan a relatos novelescos; tampoco son objeto de resonantes condenas judiciales. Eso puede explicar su ausencia mediática que

bien puede provocar el sentido de que aquello que no aparece en los medios no es abuso o no es importante o no merece ser denunciado.

Existe otro mito en relación a que los abusos sexuales ocurren contra NNyA de familias con menores recursos. “No es así. Ocurren sin distinciones en todos los estratos socioculturales. El mito se explicaría por la existencia de un subregistro estadístico de los casos que afectan a los niveles socioculturales más acomodados, ya que suelen denunciarse aún menos que el resto”, expresa UNICEF en la publicación citada. Los medios contribuyen a ese mito en la medida en que, como queda registrado en las publicaciones analizadas, todos los casos que son objeto de publicación están situados en familias de escasos recursos, que viven en zonas que denotan su bajo nivel socioeconómico.

El estilo narrativo novelesco y la abundancia y repetición de detalles resta realismo a los hechos e hiperinforma, en el sentido de que informa más de lo necesario, convirtiendo cada caso en un drama lejano y ajeno al común de las familias pero sumamente atractivo para el consumo morboso, aunque no para la información tendiente a la toma de conciencia.

Creemos que no es desatinado pensar que existe un doble interés en estas publicaciones, ninguno de los cuales se acerca a la necesidad de informar, concientizar o prevenir los casos de abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes. Por una parte, el interés del medio, que aún cuando no hay hechos de estas características, publica notas sobre estos temas, mostrando incluso cierta planificación que puede estar asentada sobre una relación de intercambio de información con algunos sectores del Poder Judicial y la fuerza policial que provee constantemente de casos con los niveles requeridos de atractivo.

Por otro lado, el interés de estas fuentes casi exclusivas que, en el mes analizado, terminan apareciendo como verdaderos héroes que resuelven, encarcelan, procesan, condenan a los peores delincuentes que pueda haber en la sociedad, justamente en el mes en el que la morosidad del Poder Judicial fue también tema de más de una primera plana en la provincia o existe un especial interés por parte del Poder Ejecutivo en mostrar la eficiencia de sus nuevas medidas contra la “inseguridad” como los nuevos tribunales de flagrancia. Por si lo mencionado fuera poco, los relatos periodísticos analizados, que son todos los que durante un mes informan sobre casos de abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes, carecen de diversidad y pluralidad de fuentes. Sin una identificación fehaciente, las fuentes consultadas pertenecen al Poder Judicial y, en menor medida, a la Policía provincial. En ningún caso se ha consultado a especialistas en derechos de niñez, adolescencia y género, tanto de sectores académicos como profesionales de distintas disciplinas u organizaciones sociales. Tampoco están presentes las voces del Poder Ejecutivo en las áreas que corresponde a temáticas de niñez y adolescencia, con lo cual la mirada sobre el tema es siempre policíaco judicial, o sea reducida a ciertos aspectos. Esta reducción atenta contra la posibilidad de una comprensión integral de un tema que configura un fenómeno psicológico y social complejo. En ninguno de los casos publicados durante todo el mes bajo análisis el medio informa sobre dónde y cómo realizar una denuncia.

## BIBLIOGRAFÍA

- Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (UNICEF), noviembre 2016. “Abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes: Una guía para tomar acciones y proteger sus derechos” [https://www.unicef.org/argentina/spanish/proteccion-AbusoSexual\\_contra\\_NNyA-2016.pdf](https://www.unicef.org/argentina/spanish/proteccion-AbusoSexual_contra_NNyA-2016.pdf)
- MARONNA, Mónica y SÁNCHEZ VILELA, Rosario (2004): Narrativas de infancia y adolescencia. Investigación sobre sus representaciones en los medios de comunicación. BICE (Oficina Internacional Católica de la Infancia), Uruguay
- MÁRQUEZ CASTIZO, R. y PULIDO NÚÑEZ, F. (2016). Evolución del abuso sexual infantil en la prensa: análisis comparativo de El País y El Mundo en los casos Arny y Kárate. (Trabajo fin de grado inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla. En: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/43382/TFG%20Raquel%20M%C3%A1rquez%20y%20F%C3%A1tima%20Pulido.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SÁDABA, Teresa (2007): Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios, La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- VOLNOVICH, J. (2006). Abuso sexual en la infancia 2. Campo de análisis e intervención. Buenos Aires: Lumen
- VERÓN ELISEO (2004): Fragmentos de un Tejido. Barcelona. Ed. Gedisa

## MATERIAL DE CONSULTA

DIARIO DE CUYO, ediciones correspondientes a los días 1 al 31 de julio de 2017



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# A cobertura dos casos de suicídio nos blogs de Vitória da Conquista

## The coverage of suicide cases on blogs in Vitória da Conquista

Vanessa Luzia Martins Vilarim<sup>262</sup>  
Carmen Regina de Oliveira Carvalho<sup>263</sup>  
André Caetano Thibes<sup>264</sup>

**RESUMO:** Esta pesquisa analisa as matérias sobre suicídio em quatro blogs de Vitória da Conquista, Bahia, Brasil. O método de verificação foi a análise de conteúdo. O resultado aponta o sensacionalismo em detrimento ao jornalismo como conhecimento.

**PALAVAS-CHAVE:** Jornalismo, Suicídio, Sensacionalismo.

**ABSTRACT:** This research analyzes the stories about suicide in four blogs of Vitória da Conquista, Bahia, Brazil. The verification method was content analysis. The result points to sensationalism over journalism as knowledge.

**KEY WORDS:** Journalism, Suicide, Sensationalism.

### INTRODUÇÃO

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), 800 mil pessoas cometem suicídio todos os anos e para cada caso fatal há pelo menos outras 20 tentativas frustradas. Entre 2000 e 2012, o Brasil teve o quarto maior crescimento em casos de suicídios entre os países da América Latina. Tal panorama enseja um estudo sobre o tema e o jornalismo. Nesse sentido, este trabalho se propõe a analisar as publicações que tratam de casos de tentativas e atos consumados de suicídio na terceira maior cidade da Bahia, Vitória da Conquista, localizada no sudoeste do estado. Entre os objetivos específicos elencados estão identificar se os blogueiros conhecem e utilizam as cartilhas elaboradas pela OMS e ABP, se o conteúdo produzido é de cunho sensacionalista e se as publicações se enquadram nas características do jornalismo como forma de conhecimento.

Para realizar a empreitada, esta pesquisa segue uma perspectiva indutiva, com objetivos no âmbito descritivo e uma abordagem do ponto de vista quantitativo. Quanto ao método, optou-se pela Análise de Conteúdo (AC) pelas múltiplas possibilidades de investigação no jornalismo, tendo como respaldo as regras definidas por Wilson Corrêa Fonseca Júnior (2009): 1) a homogeneidade, ou seja, publicações de mesma natureza, e 2) a representatividade da plataforma de publicação. As matérias então foram restritas aos casos de suicídio e a escolha dos blogs foi definida a partir de consulta a quatro agências de publicidade da cidade, que informaram os blogs mais acessados. Entre esses, estavam o *Blog do Anderson*, o *Blitz Conquista*, o *Blog do Rodrigo Ferraz* e o *Blog do Marcelo*<sup>265</sup>.

No passo seguinte, os dados brutos foram sistematizados, “segundo regras de enumeração, agregação, classificação, visando esclarecer sobre as características do material selecionado” (Fonseca Junior, 2012, p. 294). Sendo assim, definiram-se as temáticas em categorias e subcategorias, sendo estas divididas em unidades de registro. A primeira categoria refere-se às **Orientações da OMS e ABP**, com as subcategorias **O que NÃO FAZER** e **O que FAZER**, em seguida, as unidades de registro com as **Orientações Sugeridas** (Quadro I).

<sup>262</sup> Vanessa Luzia Martins Vilarim. Jornalista formada pelo curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Brasil.

<sup>263</sup> Carmen Regina de Oliveira Carvalho. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb). Doutoranda pela Universidade de Santiago de Compostela, Espanha. E-mail: ccarmencarvalho@gmail.com.

<sup>264</sup> André Caetano Thibes. Jornalista, Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil, andrethibes01@gmail.com.

<sup>265</sup> Em Conquista, não existe pesquisa de audiência referendada pelos meios de comunicação para elencar os veículos mais acessados, ouvidos, vistos ou lidos.

Quadro I

<b>1. Orientações da OMS e ABP (Categoria)</b>
<b>O que NÃO fazer (Subcategoria)</b>
<b>Orientações sugeridas (Unidades de Registro)</b>
1- Fotos do falecido/vítima
2- Nome e/ou idade da vítima
3- Detalhes do método utilizado
4- Falar onde aconteceu o suicídio
5- Mostrar o suicídio de maneira simplista
6- Atribuir culpas
7- Usar chamadas dramáticas
8- Usar a palavra suicídio em chamadas/manchetes
9- Glorificar o suicídio
<b>O que FAZER (subcategoria)</b>
<b>Regras sugeridas (Unidades de Registro)</b>
1- Entrevistar autoridades no assunto
2- Referir-se ao suicídio como “consumado”, não como “bem sucedido”
3- Apresentar dados relevantes
4- Fornecer informações sobre onde se pode obter ajuda
5- Utilizar a matéria para conscientizar a população sobre prevenção do suicídio

Fonte: conteúdo próprio.

A segunda categoria relaciona-se à **Dimensão do Jornalismo**, tendo como subcategorias o **Jornalismo como Forma de Conhecimento**, defendida por Eduardo Medischt (1997), e o **Sensacionalismo Jornalístico**. Em cada subcategoria também apresentam-se as unidades de registro, que são as características atribuídas a cada categoria (Quadro II).

Quadro II

<b>2. Jornalismo (categoria)</b>
<b>2.1 Jornalismo como Forma de Conhecimento (subcategoria)</b>
<b>Características (unidades de registro)</b>
1- Estatísticas e dados de pesquisas
2- Entrevistas com autoridades institucionais e/ou acadêmicas
3- Material de apoio para o leitor
4- Esclarecimentos sobre o comportamento suicida
5- Informações sobre prevenção
6- Listas de instituições que podem ajudar os familiares do falecido e as pessoas com predisposição ao suicídio
<b>2.2 Sensacionalismo Jornalístico</b>
<b>Ênfase em títulos e fotos (unidades de registro)</b>
1- Fotos da vítima
2- Fotos de sangue, ferimentos, da vítima morta, etc.
3- Fotos do local ou do método utilizado
4- Títulos que valorizam a emoção em detrimento da informação
5- Títulos espetaculares e desproporcionais
6- Títulos ambíguos, supérfluos ou sugestivos

Fonte: conteúdo próprio.

Para tabular os dados, primeiro os blogs selecionados foram analisados separadamente, depois, realizou-se um comparativo entre eles. Neste artigo, será apresentada apenas essa comparação mais ampla entre os veículos estudados mais abaixo.

Quanto à base teórica, os conceitos de jornalismo estão embasados nos pensadores Adelmo Genro Filho (2012) e Eduardo Medischt (1997). Já as orientações sobre a cobertura jornalísticas trazem como escopo as cartilhas criadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e pela Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP).

## 1. JORNALISMO COMO FORMA DE CONHECIMENTO

O Jornalismo, ao contrário do que o senso comum possa apontar, é muito mais do que a simples publicação de um acontecimento. Trata-se, além de uma atividade profissional e institucional, de um campo científico que possui seus próprios métodos, como aponta Machado: “O que diferencia o jornalismo das Ciências Sociais é o método com que analisam os fenômenos e a forma em que os produtos destas práticas são apresentados” (2005, p. 27).

Para Adelmo Genro Filho (2012), o Jornalismo é “uma forma social de conhecimento, mas não de um conhecimento qualquer, é um conhecimento cristalizado no singular” (pag. 7). Nesse entendimento, os acontecimentos são explicitados, colocados em primeiro plano a partir dos aspectos mais singulares. Deste modo, os fatos mais específicos são transformados mais facilmente em notícias. No caso de uma greve, ele exemplifica, a notícia tem de ser elaborada como pertinente a um contexto político particular, levando em conta a “identidade de significado” com outros fenômenos sociais relevantes, de modo a situar o evento da greve em particular em uma “classe” de eventos a partir de uma análise de conjuntura, seja ela consciente ou não.

Já Eduardo Meditsch (1997), seguindo os passos de Robert Park (2009), apresenta três abordagens para avaliar se o Jornalismo é uma forma de conhecimento. Na primeira, apenas o conhecimento científico é válido, sendo assim, o jornalismo, por não produzir conhecimento científico, seria desconsiderado. Na segunda abordagem, o jornalismo seria posicionado como uma “ciência menor”, se comparada com outras ciências e a história. Já para a terceira abordagem, na qual Meditsch (1997) se filia, o jornalismo é compreendido conforme o que tem de diferente: “[...] o Jornalismo não revela mal nem revela menos a realidade do que a ciência: ele simplesmente revela diferente. E ao revelar diferente, pode mesmo revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não são capazes de revelar” (Meditsch, 1997, p. 28).

É sob essa perspectiva que Meditsch (1997) considera o jornalismo como uma forma de conhecimento: uma vez que possui como função específica a comunicação, o jornalismo tem uma maneira diferenciada de reproduzir a realidade, difundindo tanto os conhecimentos que ele mesmo produz quanto os que outras ciências e instituições produzem. Segundo Meditsch (1997), a sociologia e a antropologia do conhecimento também corroboram com esta visão, já que não consideram que a metodologia científica seja a única forma de alcançar o conhecimento, muito menos a mais importante para a sobrevivência do homem.

Por fim, outros dois pontos problemáticos do Jornalismo enquanto conhecimento são aludidos por Eduardo Meditsch (1997). Um deles é a velocidade de produção, que, para o autor, não é exclusiva do jornalismo, e sim da sociedade atual, e a espetacularização, fruto da “luta comercial por audiência e o esforço político de persuasão” (Meditsch, 1997, p. 36). Essa espetacularização se dá por meio de técnicas narrativas e dramáticas com o intuito de induzir o público a consumir as notícias, levando muitas vezes ao sensacionalismo.

## 2. COMO E POR QUE COBRIR O SUICÍDIO

O ato de suicidar-se levanta várias discussões sobre questões morais, psicológicas, sociológicas, antropológicas e culturais e divide opiniões; existem aqueles que não concordam com o ato e aqueles que acham que a decisão é pessoal. Segundo a Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) (2014), o suicídio é definido como um ato pensado e executado voluntariamente pelo próprio indivíduo, com a intenção de morte. Existe também o chamado comportamento suicida, que são os pensamentos, os planos e a tentativa de suicídio. Ainda de acordo com associação, a motivação para cometer o ato tem várias causas. “É resultado de uma complexa interação de fatores psicológicos e biológicos, inclusive genéticos, culturais e socioambientais” (OMS, 2014, p. 10).

Segundo o último dado revelado em 2014 pela Organização Mundial de Saúde (OMS), 800 mil pessoas se suicidam em todo o mundo, uma média de uma pessoa a cada 40 segundos. Conforme matéria da BBC Brasil, “OMS: Brasil é 4º em crescimento de suicídios na América Latina”<sup>266</sup>, sendo que entre os países latino-americanos houve um crescimento no número de suicídios entre os anos de 2000 e 2012. A Guatemala, com taxa de crescimento de 20,6%, ocupou o primeiro lugar, atrás do México, com 16,6%, Chile, com 14,3%, Brasil, com 10,4% e Equador, com 3,4%.

Segundo Braitner Moreira Andrade (2014), apesar dos dados alarmantes sobre o crescimento do suicídio, a postura editorial e os manuais de redação das maiores empresas jornalísticas do país, como *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Estado de S. Paulo*, *Correio Braziliense*, entre outras, tratam o tema de forma rasa, e só noticiam quando o acontecimento tem algum aspecto fora do comum.

Arthur Henrique Motta Dapieve (2006) acredita que essa crença se estabeleceu, de certa forma, quando foi publicado o livro de Johann Wolfgang von Goethe em 1774, *Os sofrimentos do jovem Werther*; a partir daquele momento na Europa aconteceu uma onda de suicídios de jovens que se identificaram com o amor não correspondido do protagonista e resolveram ter o mesmo fim: o suicídio. Daí surgiu a crença de que o suicídio pode ser contagioso, e que os meios de comunicação de massa podem ser possíveis vetores para esse contágio.

<sup>266</sup> Fonte: BBC Brasil. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/09/140904\\_suicidios\\_brasilrg/](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/09/140904_suicidios_brasilrg/)>.

Entretanto, a ABP (2014) aponta como obrigação da mídia tratar sobre o suicídio, pois é um tema de saúde pública. A associação acredita que se as matérias tiverem uma abordagem adequada, a população vai estar mais informada.

Em 2000, a OMS publicou o primeiro manual voltado para imprensa sobre o suicídio, intitulado “Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da mídia”. Nele existem listas de instituições governamentais e não-governamentais, associações, departamentos e centros de pesquisa especializados em estudos sobre suicídio que podem auxiliar as pessoas que estão com o comportamento suicida e as orientações para a mídia de como deve noticiar o tema. A OMS acredita que “o relato de suicídios de uma maneira apropriada, acurada e cuidadosa, por meios de comunicação esclarecidos, pode prevenir perdas trágicas de vidas” (OMS, 2000, p. 5).

O primeiro ponto discutido pela cartilha é a interpretação correta dos dados, sendo que as comparações de um país com outro não são adequadas, já que “os procedimentos de registro de dados de mortalidade variam amplamente de país para país, e isto compromete seriamente qualquer comparação direta” (OMS, 2000, p. 6). Ela ainda aponta que expressões como “o lugar com a mais alta taxa de suicídio do mundo” devem ser evitadas em matérias jornalísticas, e que o jornalista deve abandonar teses que tentem explicar o comportamento suicida como uma resposta às mudanças culturais ou à degradação da sociedade.

*[...] a cobertura sensacionalista de um suicídio deve ser assiduamente evitada, particularmente quando uma celebridade está envolvida. A cobertura deve ser minimizada até onde seja possível. Qualquer problema de saúde mental que a celebridade pudesse apresentar deve ser trazido à tona. Todos os esforços devem ser feitos para evitar exageros. Deve-se evitar fotografias do falecido, da cena do suicídio e do método utilizado. Manchetes de primeira página nunca são o local ideal para uma chamada de reportagem sobre suicídio (OMS, 2000, p. 10).*

A OMS acredita que a mídia pode ter um papel fundamental e ativo na prevenção do suicídio quando divulga notícias de forma adequada. A organização ainda propõe que as seguintes informações estejam presentes nas notícias sobre suicídio:

- listas de serviços de saúde mental disponíveis e telefones e endereços de contato onde se possa obter ajuda (devidamente atualizados);
- listas com os sinais de alerta de comportamento suicida;
- esclarecimentos mostrando que o comportamento suicida frequentemente associa-se com depressão, sendo que esta é uma condição tratável;
- demonstrações de empatia aos sobreviventes (familiares e amigos das vítimas) com relação ao seu luto, oferecendo números de telefone e endereços de grupos de apoio, se disponíveis (OMS, 2000, p. 8).

Junto com a cartilha da OMS, surgiu também a cartilha desenvolvida pela ABP em 2009: “Comportamento suicida: Conhecer para prevenir dirigido para profissionais de Imprensa”. A tentativa é de desenvolver a parceria entre psiquiatras e jornalistas, com o intuito de informar. A cartilha da ABP não se difere da OMS quando o assunto é a forma correta de noticiar. Ela ainda traz como o tema é abordado no Brasil pelo Ministério da Saúde.

### 3. ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE OS BLOGS

A pesquisa nos quatro blogs/sites mais populares de Conquista, *Blog do Anderson*, *Blog do Rodrigo Ferraz*, *Blog do Marcelo* e *Blitz Conquista*, foi realizada entre janeiro de 2014 e junho de 2016. Nesse período foram encontradas 59 publicações que tratavam do tema suicídio.

Os veículos, de modo geral, têm muitas semelhanças. Entre elas está a existência da editoria de Polícia, o pouco tempo de sua existência e também o uso exclusivo da internet para as publicações. Há também aqueles, como o *Blitz Conquista*, que surgiu com publicações apenas policiais e, ao longo do tempo, ampliou a área de cobertura para Trânsito, Geral e Política. Outro comparativo possível: dos quatro responsáveis pelos blogs/sites, dois são jornalistas com formação universitária, Frarlei Nascimento e Rodrigo Ferraz, ambos ex-alunos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia.

Quadro III - Descrição do perfil dos Blogs

Blogs	<i>Blog do Anderson</i>	<i>Blitz Conquista</i>	<i>Blog do Rodrigo Ferraz</i>	<i>Blog do Marcelo</i>
<b>Criação</b>	2011	2011	2014	2008
<b>Linha Editorial</b>	Temas gerais – Editoria de Polícia	Temas gerais – Editoria de Polícia	Temas gerais – Editoria de Polícia	Temas gerais – Editoria de Polícia
<b>Jornalista responsável ou dono</b>	Anderson Oliveira	Frarlei Nascimento	Rodrigo Ferraz	Marcelo Torres
<b>Matérias coletadas</b>	14	06	28	11

Fonte: criação própria.

Entre as publicações analisadas, na categoria 1, **Orientações OMS e ABP**, na subcategoria **O que NÃO FAZER**, em quase todos os blogs os registros de unidades das **Orientações Sugeridas** foram contempladas. Sendo assim, os veículos estavam fazendo grande parte do que as orientações condenam como errado. Já na subcategoria **O que FAZER** nada foi encontrado. Por conta dessa discrepância, só estão os dados da subcategoria 1.1, conforme tabela.

Quadro V- Categoria 1, Orientações OMS e ABP – Subcategoria 1.1

<b>O que NÃO fazer</b>				
Características	<i>Blog do Anderson</i>	<i>Blog do Marcelo</i>	<i>Blitz Conquista</i>	<i>Blog do Rodrigo Ferraz</i>
<b>1- Fotos do falecido/vítima</b>	<b>04</b>	<b>07</b>	<b>0</b>	<b>07</b>
<b>2- Nome e/ou idade da vítima</b>	<b>02</b>	<b>05</b>	<b>05</b>	<b>14</b>
<b>3- Detalhes do método utilizado</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>06</b>	<b>25</b>
<b>4- Falar onde aconteceu o suicídio</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>06</b>	<b>28</b>
<b>5- Mostrar o suicídio de maneira simplista</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>06</b>	<b>28</b>
<b>6- Atribuir culpas</b>	<b>0</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>01</b>
<b>7- Usar chamadas dramáticas</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>06</b>	<b>28</b>
<b>8- Usar a palavra suicídio em chamadas/manchetes</b>	<b>0</b>	<b>03</b>	<b>02</b>	<b>06</b>
<b>9- Glorificar o suicídio</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total:</b>	<b>62</b>	<b>59</b>	<b>32</b>	<b>137</b>

Fonte: criação própria.

A princípio, o dado que mais chama atenção é a unidade de registro 5, “mostrar o suicídio de maneira simplista”, que foi encontrado em 100% dos casos noticiados pelos blogs. As cartilhas explicam que “o suicídio nunca é o resultado de um evento ou fator único, mas de uma interação complexa de vários fatores, como transtornos mentais e doenças físicas, abusos de substâncias, problemas familiares, conflitos interpessoais e situações de vida estressantes” (OMS, 2000, p. 8). Já a unidade de registro 7 também foi encontrada em 100% das matérias. O uso da palavra suicídio também foi recorrente, somente o *Blog do Anderson* não a utilizou.

Segundo o *Manual para Profissionais da Mídia* da OMS, as matérias devem conter esclarecimentos dos fatores de risco a fim de diminuir os preconceitos e evidenciar que algumas dessas condições são tratáveis, além de informar o comportamento suicida e listas de serviços de saúde mental disponíveis, telefones e endereços onde se possa obter ajuda. Porém, observando os dados obtidos na análise das matérias, percebemos que os blogs utilizaram o senso comum e trataram os casos de forma superficial e individualizada, não reconhecendo o suicídio como problema de saúde pública com múltiplas causas.

Quadro VI - Categoria 2 – Subcategoria 2.1

Sensacionalismo				
Ênfase em títulos e fotos	<i>Blog do Anderson</i>	<i>Blog do Marcelo</i>	<i>Blitz Conquista</i>	<i>Blog do Rodrigo Ferraz</i>
1- Fotos da vítima	04	07	0	07
2- Fotos de sangue, ferimentos, da vítima morta e etc.	04	03	0	04
3- Fotos do local ou do método utilizado	14	10	01	25
4- Títulos que valorizem a emoção em detrimento da informação	14	11	06	28
5- Títulos espetaculares e desproporcionais	14	11	06	28
6-Títulos ambíguos, supérfluos ou sugestivos	14	11	06	28
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>53</b>	<b>19</b>	<b>120</b>

Fonte: criação própria.

A partir das publicações, percebe-se o sensacionalismo em títulos e fotos. Os títulos abusavam do eufemismo, utilizavam chamadas dramáticas, superficiais e que valorizavam a emoção em detrimento da informação. Exemplo: “Conquista: Mulher cai de viaduto do Bairro Guarani”, publicado no dia 6 de março de 2015 no *Blog do Rodrigo Ferraz*; As unidades de registro 4, 5 e 6 da **subcategoria Sensacionalismo** foram encontradas em 100% das matérias coletadas. Já as fotos apresentavam as vítimas feridas, sagrando ou mortas. Os blogs também divulgaram o nome e/ou idade das vítimas. Essas práticas não são recomendadas pelas cartilhas, pois deve-se preservar a vítima e seus familiares o máximo possível, pois as matérias podem causar impacto em termos de estigma e sofrimento familiar. É preferível também que não haja ilustrações, principalmente quando a pessoa morre.

O blog que mais apresentou características sensacionalistas nos títulos e nas fotos foi o *Blog do Anderson*, com 28,5% das matérias expondo a vítima e a apresentando ferida, morta ou sangrando. Esse mesmo blog publicou em 100% das suas matérias o local do suicídio por meio de fotos, e 100% dos títulos valorizou a emoção em detrimento da informação. Já o blog que mais desprezou as regras elaboradas pelas cartilhas foi o *Blitz Conquista*. Apesar de não ter nenhuma foto da vítima, o nome e/ou idade foram revelados em 83,3% das matérias publicadas pelo veículo, os detalhes do método utilizado foram divulgados em 100% das matérias, em, novamente, 100% delas foi evidenciado onde o fato aconteceu e todos os casos de suicídio publicados foram tratados de forma simplista. O blog também atribuiu a culpa em 16,6% dos casos noticiados, prática não recomendada pelas cartilhas, novamente em 100% das publicações foi utilizado o recurso de títulos dramáticos para chamar a atenção do leitor, destes títulos, 33,3% usaram a palavra suicídio.

De modo geral, os quatro blogs não seguiram as orientações das cartilhas produzidas para a mídia elaboradas pela OMS e ABP. Quanto ao conteúdo, em todos eles foi superficial e utilizou do sensacionalismo para atrair audiência. Sendo assim, não podemos considerar que praticaram o Jornalismo como forma de conhecimento, já que as características mínimas não foram cumpridas, como esclarecimentos sobre o comportamento suicida, dados e informações adicionais, além de não ter contribuído para que a sociedade reconheça o suicídio como um problema de saúde pública. Dessa forma, os veículos analisados não agregaram conhecimento das outras ciências e instituições, apenas foi enfatizado o acontecimento, se atendo exclusivamente à função de dar notícia sobre a ocorrência do fato, assumindo o discurso do senso comum.

## CONCLUSÃO

O jornalismo é uma forma de conhecimento diferenciado (MEDITSCH, 1997) que é produzido socialmente. Como tal, aponta Eduardo Meditsch (1997), ele reproduz a sociedade em suas desigualdades e contradições, não estando, assim como todas as outras formas de conhecimento, alheio a essas distorções. Justamente por estar propenso às distorções, o jornalismo precisa estar atento a sua prática de modo crítico e reflexivo, aberto às mudanças e transformações sociais e aceitar as contribuições da sociedade civil e profissional organizada.

Entretanto, entre as 59 matérias publicadas sobre suicídio pelos quatro blogs não foi possível verificar esse interesse em produzir um jornalismo além do senso comum e do sensacionalismo. O jornalismo ali produzido não incorporou as contribuições existentes nas cartilhas produzidas para a mídia pela OMS e ABP. Esse jornalismo então não produziu um Jornalismo como forma de conhecimento mais contextualizado, aprofundado e com informações úteis ao público.

## REFERÊNCIAS:

- Bucci, E. (2000). *Sobre Ética e Imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Dapieve, A. (2006). *Morreu na contramão: o suicídio como notícia*. Rio de Janeiro: Jorge.
- Fonseca Júnior, W. C. (2005). Análise do conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). *Metódos e técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Genro filho, A. (2012). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Florianópolis: Insular.
- Meditsch, E. (1997). *O jornalismo é uma forma de conhecimento?* Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>>. Acesso em 05 de jan de 2017.
- Moreira, B.; Paulino, F. O. (2014). *Ética, Prática Jornalística e Cobertura Seletiva Do Suicídio*. In: XXI Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Disponível em: <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/vGT18-Moreira-Oliveira-Paulino.pdf>> Acesso em: 24 de março 2017.
- Associação Brasileira de Psiquiatria. *Comportamento Suicida: Conhecer para Prevenir* dirigido para profissionais de Imprensa. São Paulo: ABP Editora, 2009.
- Saraiva, C. (2001). *Imprensa trata suicídio de forma desastrosa*. Sociedade Portuguesa de Suicidologia. Entrevista concedida a Miguel Carvalho. Disponível em:<<http://www.spsuicidologia.pt/generalidades/biblioteca/publicacoes/56-entrevista-imprensa-trata-suicidio-de-forma-desastrosa>> Acesso em 15 de abril de 2017.
- Organização Mundial de Saúde (OMS) (2000). *Prevenir o suicídio: um guia para profissionais dos mídia*. Genebra: OMS
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa internacional*. Florianópolis: Insular.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# O IMAGINÁRIO DO BRASIL NA COPA DO MUNDO DE 2014: DO MITO DO FUTURO AO MITO DA MUDANÇA

The Brazil's Imaginary in FIFA 2014 World Cup: from the future's myth to the change's myth

El imaginario de Brasil en la Copa del Mundo de 2014: del mito del futuro al mito del cambio

Larissa Caldeira de Fraga<sup>267</sup>

**RESUMO:** O objetivo deste trabalho é desvelar o imaginário sobre o Brasil, dinamizado pelo telejornalismo internacional. O objeto de estudo é a cobertura da Copa do Mundo de 2014 realizada pelos noticiários *CNN Newsroom* e *BBC News*. A pesquisa é fundamentada, principalmente, a partir da Teoria Geral do Imaginário de Gilbert Durand e dos estudos sobre Tecnologias do Imaginário de Juremir Machado da Silva. Para desvendar os mitos e o simbólico das reportagens veiculadas, será feita uma adaptação da mitocrítica de Durand. Depois da passagem do mito do futuro ao presente, vivemos hoje o mito da mudança.

**PALAVRAS-CHAVE:** imaginário; telejornalismo; Brasil.

**ABSTRACT** - This work's aim is to unveil the imaginary about Brazil, boosted by international broadcast journalism. The object of study is the 2014 FIFA World Cup coverage broadcasted by the news programs *CNN Newsroom* and *BBC News*. The research is mainly based on Gilbert Durand's General Theory of Imaginary and Juremir Machado da Silva's studies about Imaginary Technologies. To unveil the stories' myths and symbolic, it will be made an adaptation of Gilbert Durand's mythocritic. After the passage of the future's myth to the present, we live today the myth of the change.

**KEYWORDS:** imaginary; broadcast journalism; Brazil.

---

## INTRODUÇÃO

O imaginário pode ser considerado o estado de espírito de um povo (MAFFESOLI, 2001), o conjunto de imagens e relações de imagens (DURAND, 2002) e uma rede de valores e de situações partilhadas (SILVA, 2012). A televisão é vista como uma tecnologia do imaginário (SILVA, 2012), que promove visões de mundo e compartilha sentimentos em conjunto.

Assim, como ajuda a formar o imaginário de uma determinada cultura, o veículo também reforça estereótipos. É tema de conversas e discussões acaloradas inclusive nas redes sociais. É a partir das imagens da TV que muitas pessoas conhecem o mundo sem sair de casa, formam opiniões e constroem o pensamento crítico.

A Copa do Mundo de 2014 da FIFA projetou o país internacionalmente. Durante 30 dias, emissoras de todo o mundo acompanharam não só o que acontecia dentro dos estádios de futebol, mas também a realidade do país. Enquanto em condições normais, as notícias do país dividem espaço com outras localidades de todo mundo, no período do evento, o Brasil esteve na vitrine mundial.

O Brasil é reconhecido pelas suas belezas naturais, pelo samba, futebol, pela música e também pelas suas falhas, como a violência e corrupção. Passamos do mito do futuro, que trazia o discurso de que o país seria exemplo para o mundo, ao mito do presente, em que a prosperidade havia chegado ao Brasil e seria experienciada no cotidiano. Agora, vivemos o mito da mudança, em que a realidade precisa ser alterada para que o país se desenvolva e seja um bom lugar para se viver. Este trabalho faz parte dos resultados da dissertação "O Brasil no



Imaginário Coletivo. A cobertura dos telejornais CNN Newsroom e BBC News na Copa do Mundo de 2014”, defendida pela autora em novembro de 2016.

## TELEVISÃO COMO TECNOLOGIA DO IMAGINÁRIO

O imaginário compreende nossas crenças, visões de mundo, sonhos e fantasias. Integra aspectos históricos e culturais de um povo ou grupo. Se refere às lembranças da infância, angústias, projeções do futuro, utopias, fantasias, mitos e crenças. Gilbert Durand define como “o museu de todas as imagens passadas, possíveis, produzidas e a serem produzidas” (DURAND, 1998, p.6).

Para Silva (2012), os imaginários são difundidos por meio de tecnologias próprias, as tecnologias do imaginário. A televisão, o rádio, o jornal, a internet, o cinema e a publicidade fazem parte dessas tecnologias. Além disso, o livro, a literatura, o teatro, o marketing e as Relações Públicas também integram essas práticas. Essas técnicas dinamizam uma rede de valores e sensações compartilhadas. Promovem laço social, em que valores são vivenciados em sociedade, imagens são reverenciadas em conjunto, sentimentos e afetos são intensificados em comunhão.

A televisão promove o compartilhamento de valores e sentimentos em conjunto. É um dispositivo de produção de mitos e visões de mundo. Silva (2012) integra a televisão, assim como a internet e os fluxos comunicacionais, como afluentes das bacias semânticas. O telespectador, para Silva (2012), não é um mero contemplador de imagens. Também não é um ser completamente manipulado. A partir do imaginário dinamizado pela mídia, o público produz o próprio imaginário, com a influência dos seus valores e vivências. Ele não aceita tudo que a televisão veicula, mas constrói a sua opinião com os fatos veiculados, sempre implicando suas pulsões subjetivas.

Joron (2015) também acredita no poder do telespectador. “Ele é muito mais ativo do que a gente acha. Isso tem um lado positivo e um lado negativo, no sentido em que, ele também vai interferir com o imaginário dele. Vai interferir com os estereótipos. Vai interferir com os *a priori* na recepção dessa informação” (JORON, 2015). O sociólogo revela que por trás das imagens veiculadas há mitos e símbolos variados. “A mídia é um vínculo que vai difundir formas de pensamento, e não apenas formas de pensamento, mas também formas de sentimento, de afetos, que a gente encontra, por exemplo, nos estereótipos, que a gente encontra nos mitos” (JORON, 2015). Segundo Durand (2002), mito é uma narrativa. É uma repetição de certas relações, lógicas, ideias e imagens expressas verbalmente.

Joron também acredita que o excesso de informações pode contribuir para o reforço de estereótipos.

*Ao mesmo tempo, como se fala nos meios jornalísticos, muita a informação, mata a informação. Então, como a gente tem a nossa, sendo público, nós temos a nossa disposição muitas informações, muitas imagens. A gente precisa fazer uma triagem. Às vezes não temos a energia, nem tempo para fazer essa triagem. Então, a gente conforma também, receber essas informações como foram propostas para gente. Não é apenas a culpa das emissoras, se a gente falar de culpa, também é culpa dos receptores. (JORON, 2015)*

Pensar o imaginário é pensar o simbólico. O pensamento simbólico é inerente ao ser humano. Os nossos pensamentos passam por articulações simbólicas. Para Jung (1977), símbolo é um termo, um nome ou mesmo uma imagem que pode fazer parte do nosso cotidiano. Possui conotações especiais além do seu significado evidente ou convencional. Implica no desconhecido e oculto.

*Assim, uma palavra ou uma imagem é simbólica quando implica em alguma coisa além do seu significado manifesto e imediato. Esta palavra ou esta imagem tem um aspecto “inconsciente” mais amplo, que nunca é precisamente definido ou de todo explicado. E nem podemos ter esperanças de defini-la ou explicá-la. Quando a mente explora um símbolo, é conduzida a ideias que estão fora do alcance da nossa razão. (JUNG, 1977 p.20)*

O símbolo faz aparecer um sentido secreto, é a “epifania de um mistério” (DURAND, 1998, p.15). A imagem simbólica nunca é objetiva e explícita. Ela é ambígua e, muitas vezes, redundante. Um símbolo não pode ser explicitado. Depois desta reflexão sobre a televisão como dinamizadora de mitos, símbolos e estereótipos, da importância e pontos fracos do veículo, passamos ao tema principal do trabalho, o imaginário do Brasil retratado na Copa do Mundo de 2014 e a alternância dos mitos.

## O IMAGINÁRIO DO BRASIL NA COPA DO MUNDO DE 2014

Para entender o imaginário presente nas reportagens de televisão, é preciso desvendar os símbolos e mitos presentes no conteúdo veiculado. Para fazer a análise, foram escolhidos dois telejornais das maiores emissoras de cobertura internacional, o CNN Newsroom, da norte-americana CNN, e o telejornal BBC News, da televisão pública britânica. A metodologia proposta é uma adaptação da mitocrítica, idealizada por Durand. Esta pretende ser um método de crítica que seja a síntese construtiva das diversas críticas. “Forjei essa noção para significar o emprego de crítica literária (ou artística), em sentido estrito, ou em sentido ampliado, de crítica do discurso que centra o processo de compreensão no relato de caráter ‘mítico’ inerente à significação de todo e qualquer relato” (DURAND, 1985, p.252). É coordenada em um relato simbólico ou mítico, que se desvendam nos seus níveis de profundidade.

Há três momentos da mitocrítica que decompõem os estratos mitêmicos. Segundo Durand (1985), mitema é a menor unidade de discurso miticamente significativa. Primeiramente, há um levantamento dos temas redundantes ou obsessivos. Depois, podem ser examinados com as mesmas situações e a combinatória de situações, personagens e cenários. Por último, podem ser detectadas as diferentes lições do mito e as correlações da lição de um determinado mito com as de outros mitos de uma época ou de um espaço cultural determinado.

A partir da definição das emissoras e a escolha de um telejornal de cada canal, foi feito o download desse material que estava disponível nos canais<sup>268</sup> no YouTube<sup>269</sup> e sites<sup>270</sup> das emissoras. O período de análise é de primeiro de junho a 14 de julho. Nesse tempo, foram veiculadas 27 reportagens da CNN e 24 na BBC sobre a Copa do Mundo. Todas as reportagens foram analisadas, transcritas e traduzidas do inglês para o português pela autora do projeto.

Foi realizado o levantamento de temas redundantes a partir da elaboração de constelações de imagens. Foram criadas constelações a partir das reportagens das duas emissoras. Durand (2002) define as constelações como conjuntos simbólicos, que convergem em torno de núcleos organizadores que a arquetipologia antropológica “deve esforçar-se por distinguir através de todas as manifestações humanas da imaginação” (DURAND, 2002, p. 43).



Figura 1 – Constelação Brasil - reportagens BBC

Fonte:<http://www.tagul.com>



Figura 2 – Constelação Brasil - reportagens CNN

Fonte:<http://www.tagul.com>

<sup>268</sup>Canal BBC News. Disponível em <[https://www.youtube.com/playlist?list=PLS3XGZxi7cBWbLLOx9tveE7Ke55\\_Sq0SA](https://www.youtube.com/playlist?list=PLS3XGZxi7cBWbLLOx9tveE7Ke55_Sq0SA)>. Acesso em 19 de fevereiro de 2018.

<sup>269</sup>Canal CNN. Disponível em <<https://www.youtube.com/user/CNN>>. Acesso em 19 de fevereiro de 2018.

<sup>270</sup>Site CNN. Disponível em

<<http://edition.cnn.com/search/?query=brazil&x=0&y=0&primaryType=mixed&sortBy=relevance&intl=true>>. Acesso em 19 de fevereiro de 2018

A partir da análise das reportagens, foram destacados os símbolos de cada matéria. Em seguida, foram feitas nuvens de palavras, através de um software<sup>271</sup> online. Com estas constelações de imagens é possível “enxergar” o simbólico. Foi realizado o levantamento dos temas redundantes e análise de símbolos. Foi feita uma aproximação entre as duas constelações, para que seja possível visualizar semelhanças e diferenças.

A teoria da falta, citada por Silva (1996) está presente na maioria das 51 reportagens analisadas. Os VTs revelam que faltam organização, infraestrutura, moradia, saneamento básico, investimentos nas grandes demandas sociais, oportunidades para todos, distribuição de renda, segurança, alternativas baratas para abrigar os turistas. A lista de demandas do país feita pelas emissoras é grande. Os problemas são constantemente declarados.

O mito do futuro deu lugar ao mito da mudança. O escritor austríaco Stefan Zweig (1960) defendia a ideia do país ser um exemplo para outras nações. Zweig (1960) enxergava o país com muito otimismo, tanto que falava que o Brasil “está destinado a ser um dos mais importantes fatores de desenvolvimento futuro do mundo” (ZWEIG, 1960, p. 4).

Com o passar do tempo, a visão de Zweig foi contestada. Não se esperava mais um futuro promissor. Viveríamos o “futuro” hoje. Silva (1996) apresenta uma crítica ao futurismo e aposta no presente como algo a ser construído. É necessário mudar o Brasil e reduzir as desigualdades sociais. Tornar-se um país melhor aqui e agora. Outro autor que também trabalhou com a ideia do “país do futuro” de Zweig foi Buarque (2013). No livro “Um país do presente”, o autor aborda a imagem brasileira internacionalmente. O jornalista acreditava que o país havia chegado ao presente. Tornou-se exemplo internacional.

A partir das reportagens veiculadas pela CNN e a BBC, é possível perceber que o mito do futuro e do presente não fazem parte do cotidiano do país. Segundo as emissoras analisadas, o presente é repleto de problemas, de faltas, de desorganização. Os protestos nas ruas com confronto com policiais e as manifestações pacíficas nas ruas ou muros de bairros e favelas evidenciam que há uma parcela da população insatisfeita com o que vivemos no presente. Não se espera mais um futuro promissor, só a mudança do que se vive hoje.

A pesquisa<sup>272</sup> “O Jovem Brasileiro e o Futuro do País” realizada pelo núcleo de tendências e pesquisa do Espaço Experiência da Famecos/PUCRS, buscou identificar o comportamento e expectativas do jovem brasileiro em relação ao seu futuro e ao país que deseja construir. A amostra da pesquisa foi de 1700 jovens das cinco regiões brasileiras. Entre os resultados do estudo, foi revelado que a maioria dos jovens não sente orgulho em ser brasileiro. Acredita que os aspectos negativos se sobrepõem aos positivos. Também percebemos nesta pesquisa o mito da mudança de maneira significativa.

*Neste sentido, a maioria dos jovens considera possível a transformação do Brasil: – Eles têm consciência, entretanto, de que a mudança exige tempo e esforço de ambas as partes, tanto do governo (reforma política) quanto da população (na própria atitude). Acreditam que, apostando na educação das próximas gerações, haverá mudança no pensamento corrupto enraizado na sociedade. Surge a ideia de que é papel exclusivo dos governantes pensar em soluções para a situação atual do país. Os jovens acreditam que, para recomençar, devem ser priorizadas a educação de base, a saúde e a segurança: – Através do investimento no ambiente escolar, em novos métodos de ensino, os jovens creem em uma nação com mais respeito e empatia; buscando a conscientização da sociedade sobre seus direitos e deveres. Outro ponto levantado, essencial para a mudança, é relacionado à política: – Os entrevistados revelam que os políticos deveriam assumir o cargo por vontade própria de mudança, a fim de representar os ideais do povo, e não apenas pelo interesse no retorno financeiro. (site<sup>273</sup> pesquisa, p. 47 e 48)*

O discurso da mudança é o determinante neste contexto do país. Como enfatizado por Buarque (2013), espera-se uma modificação no nosso modo de vida. Há esperança pela reforma política, por uma mudança de direção do país. Esse mito está presente, pulsa na “boca” dos jovens, é tema de slogans políticos.

O corpus deste trabalho é composto por telejornais de duas emissoras com suas diferentes ideologias e formas de fazer jornalismo. Houve algumas diferenças entre as coberturas das emissoras. A BBC mostrou mais os problemas que o país enfrenta, a falta de infraestrutura para sediar os jogos. Já a CNN focou na desorganização, a falta de priorização dos investimentos e a função dos legados da Copa.

<sup>271</sup> Site Tagul. Disponível em < <http://www.tagul.com>>. Acesso 19 de fevereiro de 2018.

<sup>272</sup> Portal G1. Disponível em <http://estaticog1.globo.com/2016/10/02/projeto-18-34-edicao-futuro-020916.pdf>. Acesso em 19 de fevereiro de 2018.

<sup>273</sup> Portal G1. Disponível em <http://estaticog1.globo.com/2016/10/02/projeto-18-34-edicao-futuro-020916.pdf>. Acesso em 19 de fevereiro de 2018.

A CNN, por ser uma emissora privada, que depende da audiência para obter verba publicitária, tem um apelo maior. A emissora deu um enfoque mais pessimista à organização do evento. Abordou o atraso nas obras, o destino dos estádios em locais sem tradição para o futebol. Deu destaque para o incidente em que uma repórter e uma produtora ficaram feridas em um protesto em São Paulo. Também abordou a falta de saneamento nas favelas.

A emissora norte-americana evidenciou a desorganização e a falta de capacidade do Brasil sediar o evento. Esse foi o tema principal da cobertura. Foram mostradas as obras sem real necessidade de serem feitas, os gastos públicos. O segundo assunto que predominou nas reportagens foi a violência, por parte da polícia nos protestos ou de torcedores nos estádios. As manifestações foram o terceiro tema mais discutido nas reportagens. E o quarto assunto mais abordado foi a favela, as condições dessas moradias irregulares e os modos de vida nesses locais.

Já a BBC apresentou os aspectos naturais e esportivo dos país. Mostrou a tartaruga que adivinha quem vai ganhar os jogos, o campeão de embaixadinhas e as previsões do ex-jogador da seleção brasileira de futebol, Carlos Alberto e a humilhação do 7 a 1 contra a Alemanha. Por outro lado, abordou a violência em entrevista com o prefeito do Rio de Janeiro Eduardo Paes e a precariedade das obras, evidenciando a gambiarra feita na escada de andaimes do Maracanã.

A temática mais veiculada pela BBC foram os protestos. De forma pacífica até as manifestações com prisões foram mostradas. O segundo tema abordado foram as curiosidades, como receita de caipirinha e a história da tartaruga que adivinha os jogadores da Copa. Em terceiro foi abordado a desorganização do evento, como a falta de cuidado com as instalações e obras, e a insatisfação dos brasileiros com a organização da Copa, com o dinheiro gasto no evento, que poderia ser direcionado para áreas que necessitam no país, como saúde e educação.

Os símbolos que mais “apareceram” nas reportagens das duas emissoras foram Protesto e Rio. As matérias da BBC deram ênfase aos símbolos Rua, Problema, Pior e Manifestantes. Já a CNN deu maior destaque aos símbolos Favela, Casa e Pobre. Com isso, podemos entender que a emissora britânica teve um enfoque no mito da mudança, mostrando a rua, como um lugar de fala, de reivindicação, e os manifestantes, como pessoas que querem os seus direitos garantidos. E falou dos problemas e do lado negativo da expressão “pior”, trazendo à tona a teoria da falta.

A emissora norte-americana dinamizou mais símbolos que determinam o subdesenvolvimento do país. A favela, a casa e o pobre mostram a total evidência da teoria da falta. Do país sendo visto pelos seus aspectos negativos, pelo que precisa ser superado. Pelo medo da violência, da falta de saneamento nas comunidades, e da casa que falta a tantos brasileiros.

A partir dessa mitocrítica, foi possível abordar o imaginário coletivo dinamizado pela televisão internacional. Foram evidenciados os temas redundantes, através dos símbolos e imaginários presentes nas reportagens. Estereótipos foram reforçados, símbolos presentes desde o descobrimento do país foram evidenciados. Não há apenas um imaginário capaz de resumir todas as características do país. A complexidade da realidade vivida pelo Brasil reflete em inúmeros imaginários.

Esses imaginários evidenciados no conteúdo pesquisado se referem a um período específico do tempo, a Copa de 2014. E esses espíritos do tempo foram vistos a partir das lentes dos jornalistas das emissoras analisadas. Esse imaginário não é neutro. Há uma troca entre o imaginário do homem e do meio. Dos veículos com as experiências de cada repórter, com os valores de cada um, com o ideal de jornalismo de cada emissora.

Neste trabalho, o imaginário do Brasil foi desvelado em suas dualidades. O país belo, privilegiado pela natureza, criatividade e calor humano, e a nação falida de perspectivas, desmotivada pela falta de políticas públicas eficazes, pela violência e pela falta de oportunidades para uma parcela da juventude que ainda vê no futebol uma saída para um futuro melhor. A Copa do Mundo evidenciou o amor brasileiro pelo esporte, fato já conhecido por todos, mas mostrou ao mundo um pouco do cotidiano do país e suas crenças, faltas e desafios. Apesar de ter exacerbados alguns estereótipos e problemas enfrentados, ainda assim o país ganha com a exposição do olhar do outro sobre a nossa cultura. Somos conhecidos pelo que temos de melhor e de pior. Nada é perfeito e nunca será. Se nos reconhecemos pelo olhar do outro, como diz Sartre, é preciso admitir nossos erros e fraquezas e potencializar o que temos de bom. Assim será possível construir um país melhor.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho demonstra que o conteúdo da televisão está repleto de mitos e símbolos. Os telejornais contribuem para a formação de imaginários, porém, estes passam pelos valores e sensações de cada indivíduo que os interpreta e usa seu livre arbítrio para aceitá-los ou não. “Manipulamos os nossos manipuladores”, como diria Silva (2012). As imagens dos telejornais não apenas ilustram as pautas, mas estão carregadas de sentido.

O telejornalismo dinamiza o simbólico, mesmo tendo um tempo reduzido, entre um minuto e meio ou dois minutos em média, para falar sobre um assunto. Por essa pouca disponibilidade de tempo, os estereótipos são constantemente reforçados. Serve para fazer uma “economia” do pensamento, pois há muita informação, como enfatizado por Joron (2015).

A Copa do Mundo de 2014 da FIFA demonstrou a força do imaginário do futebol no Brasil. Desta vez, o evento ajudou a impulsionar as manifestações. Jovens foram às ruas. Reclamaram do preço da passagem, da corrupção, do investimento no mundial, que poderia ser direcionado para áreas como saúde e educação, tão precárias no país.

Também foi percebida a alternância de mitos. Zweig (1960) trouxe à tona o mito do futuro. O país seria a promessa de desenvolvimento e de exemplo mundial. Com o passar do tempo, Silva (1996) mostrou que o futuro deu lugar ao presente. Mas como ele mesmo destaca no último parágrafo da sua tese “Mudar o Brasil continua ser a tarefa essencial” (SILVA, 1996, p. 269). Assim, hoje vivemos o mito da mudança. É preciso mudar a realidade, renovar as políticas públicas, realizar uma reforma política, rever os investimentos, valorizar a educação, melhorar a gestão do país, a distribuição de renda e a vida dos brasileiros. Os protestos um ano antes da Copa e durante o evento mostraram a insatisfação e a busca por uma realidade melhor, por um novo caminho.

Enquanto a mudança não chega, o Brasil continua sendo reconhecido como o país do futebol, das belezas naturais, da festa, da violência, do jeitinho e da malandragem. Pelo menos esse é o olhar do outro. De quem nos olha de longe e não vive o cotidiano do Brasil de longa data, como qualquer brasileiro. A Copa do Mundo de 2014 deu visibilidade ao país, ao nosso modo de vida e aos problemas. O futebol deu uma chance ao mundo para olhar novamente para o Brasil, com olhos atentos, por pelo menos trinta dias.

## Referências

- BUARQUE, Daniel. **Brasil: Um país do presente**. São Paulo: Alameda, 2013.
- DURAND, Gilbert. **A imaginação Simbólica**. São Paulo: Cultrix, Editora da Universidade de São Paulo, 1988.
- \_\_\_\_\_. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- \_\_\_\_\_. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**: Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Sobre a exploração do imaginário, seu vocabulário, métodos e aplicações transdisciplinares: mito, mitanálise e mitocrítica**. Revista da Faculdade de Educação, São Paulo : USP, v. 11, n. 1-2, 1985. p. 243-273. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rfe/article/view/33348>>
- FRAGA, Larissa Caldeira de. **O Brasil no Imaginário Coletivo**. A cobertura dos telejornais CNN Newsroom e BBC News na Copa do Mundo de 2014. Dissertação de Mestrado: PUCRS, Porto Alegre, 2016.
- LEGROS, Patrick; MONNEYRON, Frédéric; RENARD, Jean-Bruno, TACUSSEL, Patrick. **Sociologia do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- MAFFESOLI, Michel. **O Imaginário é uma Realidade (entrevista)**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v, 1, n. 15, p. 74-82, ago. 2001.
- SARTRE, Jean-Paul. **O ser e o nada**. Ensaio de Ontologia Fenomenológica. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- SILVA, Juremir Machado. **As Tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- \_\_\_\_\_. **Anjos da Perdição**. Futuro e Presente na Cultura Brasileira. Porto Alegre: Sulina, 1996.
- JORON, Philippe. **Entrevista concedida à autora durante o Seminário Internacional da Comunicação da PUCRS**, em 16 novembro de 2015.
- JUNG, Carl Gustav. **O Homem e Seus Símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.
- ZWEIG, Stefan. **Brasil, país do futuro**. Rio de Janeiro: Delta, 1960

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

# Mídia, política e religião no Brasil: o caso deputado Eduardo Cunha no portal Gospel Mais durante o impeachment de 2016

## Media, politics and religion in Brazil: the case of Eduardo Cunha in the portal Gospel Mais during the impeachment in 2016

Ana Paula Leitão<sup>274</sup>

Liziane Soares Guazina<sup>275</sup>

**RESUMO:** Nosso objetivo, neste artigo, é analisar relações entre mídia, política e religião no Brasil a partir da cobertura feita pelo portal evangélico *Gospel Mais* sobre o então presidente da Câmara dos Deputados, deputado Eduardo Cunha, durante o processo de impeachment de Dilma Rousseff em 2016. Para tanto, discutimos o cenário de mediação de religiões, especialmente as neopentecostais, e o impacto desse fenômeno no processo político de deposição de Rousseff, no qual Cunha foi peça-chave. Do ponto de vista teórico-metodológico, utilizamos Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) para identificar a frequência de textos sobre Cunha e as principais temáticas relacionadas a ele no maior portal gospel brasileiro. As análises privilegiaram os acontecimentos daquele período sobre Eduardo Cunha e suas ações no Congresso. Os resultados mostram como a atuação do parlamentar em 2016 foi vinculada à sua identidade como evangélico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia. Religião. Impeachment.

**ABSTRACT:** Our objective in this article is to analyze relations between media, politics and religion in Brazil from the coverage made by the evangelical portal *Gospel Mais* about the president of the Chamber of Deputies, Eduardo Cunha, during the impeachment process of Dilma Rousseff in 2016. In order to do so, we discussed the scenario of mediatization of religions, especially neo-pentecostals, and the impact of this phenomenon on Rousseff's political deposition process, in which Cunha was a key player. From a theoretical-methodological point of view, we use Content Analysis (BARDIN, 2011) to identify the frequency of texts about Cunha and the main themes related to it in the largest Brazilian gospel portal. The analyzes privileged the events of that period about Eduardo Cunha and his actions in the Congress. The results show how the parliamentarian's performance in 2016 was linked to his identity as an evangelical.

**KEY WORDS:** Media, Religion, Impeachment.

### 1. INTRODUÇÃO

“Que Deus tenha misericórdia dessa nação. Voto sim”. Foi com essa sentença que o deputado federal Eduardo Cunha desferiu, entre vaias e aplausos, seu voto a favor da abertura do processo de *impeachment* contra a Presidenta da República Dilma Rousseff, no dia 17 de abril de 2016. A referência a Deus em sua fala não foi à toa: ao longo da trajetória política, Eduardo Cunha teve sua figura pública construída em torno de um *ethos* religioso.

Filiado ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro do Rio de Janeiro (PMDB-RJ), Eduardo Cunha assumiu a presidência da Câmara dos Deputados em fevereiro de 2015. Pouco tempo depois, o político fluminense, que até então era adepto da Igreja Sara Nossa Terra, passou a integrar a Igreja Assembleia de Deus, que possui mais de 12,3 milhões de fiéis no Brasil<sup>276</sup>.

Em menos de dois anos à frente da Câmara dos Deputados, entre 2015 e 2016, Eduardo Cunha colocou em votação projetos que favorecem igrejas e que reduzem direitos individuais e sociais, tornou-se réu por corrupção

<sup>274</sup> Ana Paula Leitão é jornalista, mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília, Brasil, email: anapaulalab.leitao@gmail.com.

<sup>275</sup> Liziane Soares Guazina é doutora em Comunicação, Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, Brasil, email: Liziane.g@uol.com.br

<sup>276</sup> Dados do Censo Demográfico de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

passiva e lavagem de dinheiro, acolheu a abertura do processo de *impeachment* contra Dilma Rousseff, à época Presidenta da República, foi afastado do comando da Casa Legislativa, renunciou ao cargo de presidente e acabou tendo seu mandato de deputado federal cassado pelos pares em uma decisão acachapante de 450 votos a favor, 9 abstenções e apenas 10 contrários.

Diante desses acontecimentos, surgiram questionamentos sobre a construção do personagem Eduardo Cunha em mídias evangélicas, especialmente em “portais *gospel*”, que oferecem informações voltadas para o público evangélico e que noticiaram episódios envolvendo o político fluminense. Dentre esses *websites* está o *Gospel Mais*, que é atualmente o “portal evangélico” mais acessado do Brasil.

O *Gospel Mais* oferece notícias sobre política, esportes, ciência e tecnologia, entre outras temáticas, e se designa como portal “interdenominacional”, ou seja, que não está vinculado a nenhuma denominação evangélica específica. Foi justamente a partir da imersão no universo simbólico produzido por esse portal que decidimos investigá-lo, especificamente no que tange às narrativas sobre Eduardo Cunha enquanto presidente da Câmara dos Deputados.

Para tanto, definimos como *corpus* da pesquisa 59 notícias nas quais Eduardo Cunha é personagem de destaque, aparecendo no título das matérias, e que foram publicadas durante sua gestão à frente da Câmara dos Deputados, entre 1º de fevereiro de 2015 e 7 de julho de 2016. Do ponto de vista teórico-metodológico, recorremos à Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) a fim de mapear ocorrências e temáticas presentes.

Convém esclarecer a escolha do deputado Eduardo Cunha como personagem alvo deste estudo. Analisar episódios envolvendo a figura pública de Eduardo Cunha possibilitaram acesso a aspectos simbólicos construídos em torno de temáticas importantes para o País, como as discussões sobre direito ao aborto, maioridade penal, direitos LGBTs (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) e referentes à destituição da presidenta Dilma Rousseff, filiada ao Partido dos Trabalhadores (PT).

Em relação ao afastamento de Dilma Rousseff da Presidência, Pérez-Liñan (2016) ressalta, em entrevista a Chagas (2016), a importância de diferenciar golpes de Estado nos quais ocorreram intervenções militares dos casos em que há manipulação do poder constitucional feita pelo Congresso com objetivo de justificar crime de responsabilidade. No caso do *impeachment* de Dilma, o cientista político acredita que “há argumentos para sustentar que o Congresso abusou de seu poder constitucional, porque buscou uma desculpa para iniciar o juízo político” (PÉREZ-LIÑAN, 2016, in CHAGAS, 2016, p. 116).

O pesquisador elenca ainda como fatores que resultaram no afastamento de presidentes impopulares<sup>277</sup> na América Latina a situação econômica desfavorável, escândalos midiáticos, falta de apoio parlamentar e mobilizações nas ruas. Além da imprensa como ator chave, no caso de Dilma Rousseff, o cientista político aponta elemento adicional: o Poder Judiciário. De acordo com ele, em episódios que resultaram na deposição de Dilma, “está claro que o Poder Judiciário também filtra informações para a imprensa com fins políticos” (PÉREZ-LIÑAN, 2016, in CHAGAS, 2016, p. 112).

Nesse contexto histórico, entendemos que o processo de *impeachment* contra Dilma Rousseff se caracterizou como “golpe parlamentar”, que só acontece em sistemas de democracia representativa e se distingue dos “golpes militares” (SANTOS, 2017). Conforme explica Santos (2017), o “golpe parlamentar” dispensa o aparato militar, bem como a liderança e a violência institucional, utilizando-se de um “efeito-legalidade” com objetivo de legitimar a ocupação fraudulenta do poder (SANTOS, 2017). No caso de Dilma Rousseff, o “golpe parlamentar” foi orquestrado por forças econômicas, midiáticas e políticas, algumas inclusive implicadas em denúncias de corrupção, interessadas em estabelecer projeto de poder que lhes favorecesse, estancando políticas que visam diminuição de desigualdades sociais (MIGUEL, 2016; SANTOS, 2017).

---

<sup>277</sup> No livro *Presidential Impeachment and the New Political Instability in Latin America*, Pérez-Liñan (2007) analisa seis casos: Fernando Collor (Brasil, 1992), Carlos Andrés Pérez (Venezuela, 1993) Ernesto Samper (Colômbia, 1993), Abdalá Bucaram (Equador, 1997), Raul Cubas Grau e Gonzalez Macchi (Paraguai, 1999 e 2002).

## 2. BANCADA EVANGÉLICA NO CONGRESSO, MEDIATEZACÃO DE INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS E O MOVIMENTO GOSPEL

Segundo dados do Censo Demográfico de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), a composição religiosa da população brasileira apresentou mudanças expressivas ao longo dos últimos anos. Entre 1940 e 2010, o percentual da população católica residente no Brasil reduziu de 95,2% para 64,6% de adeptos<sup>278</sup>. Paralelamente, o número de evangélicos cresceu de 2,6% para 22,2% no mesmo período, alcançando mais de 42,2 milhões de brasileiros em 2010.

O pentecostalismo independente ou neopentecostalismo ganhou maior força e adesão em diferentes camadas sociais a partir da década de 1980. (CUNHA, 2004). Esse grupo representa quase 60% da totalidade de evangélicos no Brasil, tendo em sua maior expressão instituições como a Igreja Assembleia de Deus (12,3 milhões de adeptos), a Igreja Congregação Cristão do Brasil (2,2 milhões) e a Igreja Universal do Reino de Deus (1,8 milhão)<sup>279</sup>, que tem expandido seus negócios a partir da compra e da manutenção de veículos de comunicação e de sua inserção na política.

Assim como a Igreja Universal, cada vez mais instituições religiosas se organizam em torno de novos fluxos comunicacionais. Borelli (2010) argumenta, inclusive, que as lógicas de comunicação atuais levaram ao advento de uma nova religião, uma religião midiaticizada, que se estrutura e gera símbolos a partir de dispositivos midiáticos. “Esse novo modo de expressão da religião ocorre a partir de ofertas organizadas e elaboradas por dispositivos de contato entre o mundo do credo e do fiel” (BORELLI, 2010, p. 15).

A partir da lógica de consumo, determinados jornais e programas religiosos são utilizados como instrumento estratégico de igrejas não só para garantir sua manutenção no mercado, mas também para aumentar seu poder político no tecido social. A promoção de candidaturas, tanto em jornais religiosos quanto a partir de outros dispositivos midiáticos, tem colaborado para o crescimento no número de representantes políticos vinculados a igrejas evangélicas (BORGES, 2007).

Tais representantes, dentre os quais Eduardo Cunha, articulam atuações conjuntas em determinadas ocasiões, principalmente em matérias relacionadas ao direito ao aborto, ao casamento civil entre homossexuais e também no processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. A esse respeito, destacamos a “Nota à nação brasileira”, divulgada no dia 6 de abril de 2016, na qual a Frente Parlamentar Evangélica se manifestou a favorável à deposição de Dilma. Apesar dessa atuação conjunta em algumas temáticas, é importante advertir que a “bancada evangélica” reflete a heterogeneidade do movimento evangélico e pentecostal, não se tratando, portanto, de um grupo unificado.

## 3. O GOSPEL MAIS

A fim de se investigar o noticiário sobre o deputado federal Eduardo Cunha em mídias *gospel*, levantamos quais portais voltados ao segmento evangélico são mais populares atualmente no Brasil. A partir da ferramenta de medição de tráfego *SimilarWeb*<sup>280</sup>, observamos que os portais com maior número de acesso no mês de julho de 2016 foram o *Gospel Mais*, com 2,1 milhões, e o *Gospel Prime*, com 2 milhões.

Nascido em julho de 2006, o *Gospel Mais* (que também se identifica como *Gospel+*) tem por objetivo, em suas próprias palavras, “ser um dos maiores portais que oferece qualidade e muitos serviços para a *internet* cristã”. O *website* é administrado pelo *Gospel Mais Comunicação Cristã Integrada Ltda.*, cuja sede está situada em Curitiba, no Paraná.

No que diz respeito à sua popularidade no meio digital, o número de acessos duplicou no período de um ano, segundo dados da plataforma *SimilarWeb*. Enquanto em julho de 2016 o *website* apresentou 2,1 milhões de visitantes, em julho de 2017 essa cifra chegou a 4,1 milhões, alcançando sequencialmente 5 milhões de acessos no mês de agosto e 4,5 milhões em setembro de 2017.

O portal se designa uma rede de “sites cristãos interdenominacional e independente há 10 anos no ar” e garante oferecer “conteúdo atualizado e de qualidade” para quem deseja saber mais sobre o mundo *gospel*. Apesar de admitir que seu olhar para realidade é intermediado pela lente religiosa, o que desde já impede visão imparcial

<sup>278</sup> Dados obtidos de Pierucci (2004), Borges (2003) e do Censo Demográfico do IBGE de 2010.

<sup>279</sup> Dados obtidos do Censo Demográfico do IBGE de 2010.

<sup>280</sup> O *SimilarWeb* é uma plataforma *online* que fornece serviços em *Web analytics*, ou seja, para medição, coleta, análise e a produção de relatórios de dados de navegação na *internet*. Disponível em: < <https://www.similarweb.com/>>. Acesso em: 28 dez. 2017.

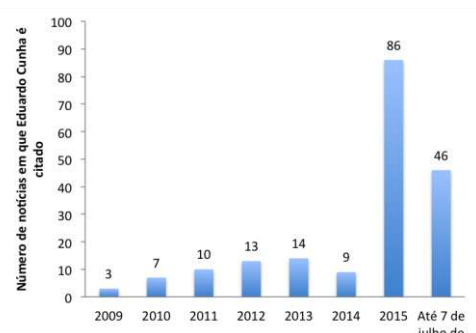


dos fatos, o *Gospel Mais* reforça que é “interdenominacional”, ou seja, que não está vinculado a nenhuma denominação religiosa, sugerindo uma ideia de objetividade em conteúdos noticiosos publicados no *website*.

#### 4. AS NOTÍCIAS SOBRE EDUARDO CUNHA NO GOSPEL MAIS

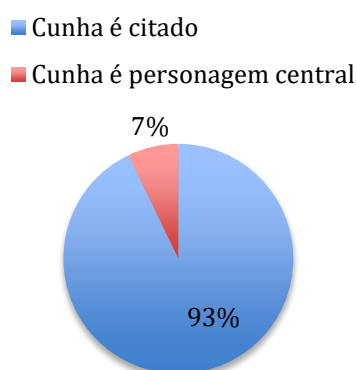
O deputado federal Eduardo Cunha obteve pouco destaque no *Gospel Mais* durante seu mandato, antes de se tornar presidente da Câmara. A primeira matéria na qual é citado foi veiculada em abril de 2009, quase três anos depois da criação do portal.

**GRÁFICO 1 – Quantidade de notícias em que Cunha é citado por ano no *Gospel Mais***



Fonte: Autoria própria com dados obtidos do *Gospel Mais*.

**GRÁFICO 2 – Percentual de notícias em que Eduardo Cunha é personagem central no *Gospel Mais* entre 2009 e 2014 (%)**



Fonte: Autoria própria com dados obtidos do *Gospel Mais*.

Conforme é possível notar no Gráfico 1, Cunha aparece em 56 notícias entre 2009 e 2014. Já entre janeiro de 2015 e 7 de julho de 2016, quando ele assume o comando da Câmara dos Deputados, há aumento expressivo na quantidade de matérias; durante esse período, foram veiculadas 132 notícias, o que equivale a 70% de todo o noticiário no qual o político aparece ao longo de oito anos.

Das 56 matérias veiculadas entre 2009 e 2014, Cunha foi personagem central (constando no título das matérias) só em quatro delas. Isso corresponde a 7% do noticiário publicado nesse período (Gráfico 2). A pouca notoriedade do político, em detrimento de outras figuras evangélicas, pode ser explicada pelo fato de ele não ser pastor nem celebridade do mundo *gospel*.

No noticiário do *Gospel Mais*, a identificação do político com o movimento evangélico só ocorreu após Eduardo Cunha se posicionar contra pautas do movimento LGBT e contra o direito ao aborto. Em 2009, por exemplo, ele não aparece como evangélico nas notícias. As três matérias nas quais é citado tratam de sua presença em eventos ou de parecer apresentado na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ). A correlação entre o político e a Frente Parlamentar Evangélica ocorre em 2010, pela performance na defesa da chapa de Dilma Rousseff e Michel Temer e pelo programa diário na Rádio Melodia.

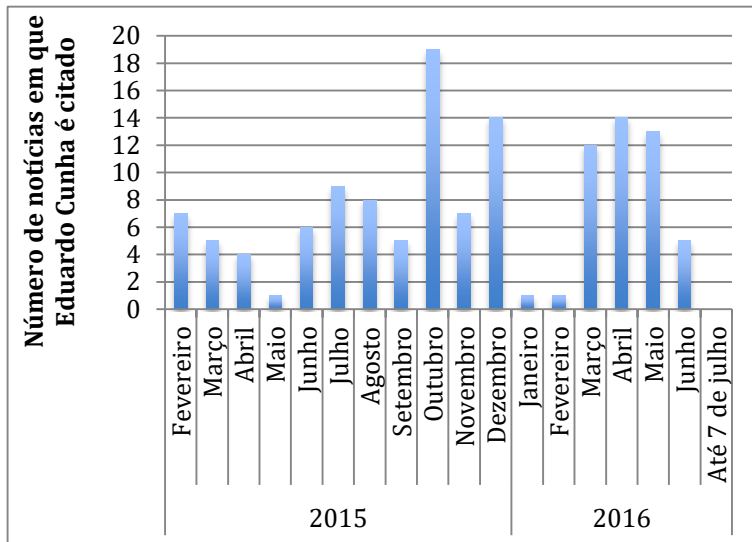
Já em 2011, Eduardo Cunha aparece dentre políticos evangélicos que criticam o material elaborado pelo Ministério da Educação com objetivo de debater a sexualidade no ambiente escolar, apelidado pejorativamente de “kit gay”. É no bojo dessa temática que ele ganha primeira matéria de destaque no *Gospel Mais*, no dia 22 de fevereiro de 2011, intitulada “PL 122: Em contra-ataque a lei ‘anti-homofobia’, deputado evangélico cria PL anti-heterofobia”.

Nessa notícia, o portal explica que o projeto “penaliza a discriminação a heterossexual em até três anos de prisão”, mas adverte que Cunha é acusado de corrupção envolvendo a estatal Furnas, sugerindo desconfiança quanto aos propósitos do deputado ao protocolar o projeto. Em 2012, o político obtém evidência em apenas duas matérias. Já em 2013, Cunha é relacionado a discussões referentes ao aborto, ao projeto contra heterofobia e figura em lista do iG entre os 60 mais poderosos do Brasil.

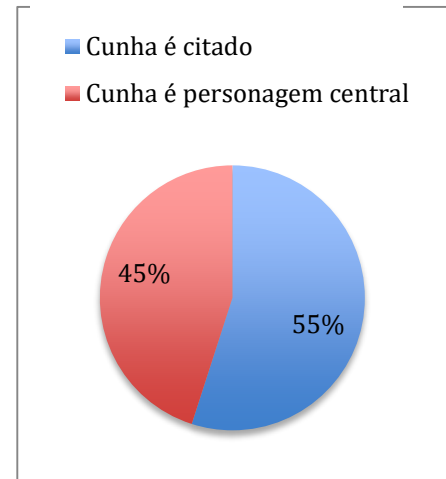
Em relação ao período no qual o peemedebista passou a exercer mandato à frente da Câmara dos Deputados, verifica-se oscilação mensal na quantidade de matérias. Como demonstrado no Gráfico 3, o noticiário tem ápice em outubro de 2015, mês em que Cunha se torna alvo de uma série de denúncias. Os dois outros meses de maior proeminência são dezembro de 2015, quando o político aceitou o processo de *impeachment* contra Dilma Rousseff, e abril de 2016, quando a deposição foi votada na Câmara. Em maio de 2016, o deputado foi afastado do comando da Casa.

Ainda sobre o noticiário produzido durante a gestão de Cunha no comando da Câmara, o político aparece como personagem central em 59 matérias, o que corresponde a 45% do total publicado no período. Trata-se de um crescimento expressivo considerando o protagonismo conferido ao evangélico no *Gospel Mais* até o ano de 2014.

**GRÁFICO 3 – Quantidade de notícias em que Eduardo Cunha é citado durante sua gestão como presidente**



**GRÁFICO 4 – Percentual de notícias em que Eduardo Cunha é personagem central durante sua gestão como presidente (%)**



Fonte: Autoria própria com dados obtidos do *Gospel Mais*.

### 5. TEMÁTICAS SOBRE EDUARDO CUNHA NO GOSPEL MAIS

Com base nos pressupostos de Bardin (2011), identificamos os principais agrupamentos de temáticas e interpretamos como essas categorias se correlacionam nas matérias do *Gospel Mais* sobre Eduardo Cunha durante seu mandato como presidente da Câmara dos Deputados.

Inicialmente, fizemos leitura fluante do material selecionado com objetivo de dar vazão a impressões e orientações. Foi nesse momento em que observamos assuntos recorrentes nas matérias, como direito ao aborto, direitos LGBTs, desgaste do governo Dilma Rousseff, desgaste do deputado Eduardo Cunha, denúncias de corrupção. Com o objetivo de entender esses movimentos e interpretá-los semanticamente, agrupamos essas unidades de registro em três categorias temáticas: “direitos e garantias”, “*impeachment* de Dilma”<sup>281</sup> e “denúncias contra Cunha” (Figura 1).

Na categoria temática “direitos e garantias” estão conteúdos relacionados a temas como direito ao aborto, adoção de crianças por casais homoafetivos, liberdade de imprensa, direitos humanos, LGBTs e das mulheres. Também incluímos nessa classificação conteúdos que discutem laicidade do Estado e que relacionam o conservadorismo ao movimento evangélico.

O conceito norteador da categoria temática “*impeachment* de Dilma”, por sua vez, engloba notícias sobre o processo de deposição de Dilma Rousseff. Além disso, foram incluídos conteúdos que abordam derrotas, críticas e desgaste político do governo, bem como denúncias contra seus integrantes.

Na categoria temática “denúncias contra Cunha” constam textos que apontam críticas e acusações de corrupção envolvendo o político, bem como aqueles que tratam do seu processo de afastamento da presidência da Câmara e de cassação do mandato no Conselho de Ética por quebra de decoro parlamentar. Foram abarcadas ainda narrativas que abordam o desgaste político de Eduardo Cunha.

<sup>281</sup> Apesar de entender que a destituição de Dilma Rousseff da Presidência da República se caracterizou como “golpe parlamentar”, decidimos utilizar o termo “*impeachment*” neste trabalho por se tratar de uma categoria nativa, obtida a partir das narrativas analisadas do *Gospel Mais*.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do levantamento das notícias sobre Eduardo Cunha, é possível observar que há um aumento do protagonismo do deputado nos textos do Gospel Mais à medida que vão se desenrolando os acontecimentos relativos ao impeachment de Dilma Rousseff.

Nas 59 notícias analisadas somente no período de 2015-2016, quando os tensionamentos políticos relativos ao pedido de impedimento de Rousseff cresciam, o assunto “denúncias contra Cunha” foi o mais proeminente, estando presente em 48 matérias, o que equivale a 81,34% do noticiário.

A presença acentuada dessa categoria temática faz sentido tendo sob perspectiva a conturbada trajetória

do político durante sua gestão no comando da Câmara. A segunda categoria mais observada foi “impeachment de Dilma”, que ocorreu em 29 matérias (49,15%), seguido de “direitos e garantias”, que recebeu enfoque menor, sendo abordada em apenas 12 notícias (20,33%).



FIGURA 1 – Categorias temáticas e suas respectivas unidades de registro

Fonte: Autoria própria

Ao longo da gestão de Eduardo Cunha na presidência da Câmara, houve ainda alterações na ocorrência dessas categorias temáticas. Logo que Cunha assumiu o cargo, a categoria temática “direitos e garantias” obteve seu auge. As notícias desse período destacaram que o político é membro da “bancada evangélica” e trouxeram elogios de pastores e celebridades *gospel* por ele se posicionar contrário ao direito ao aborto e à adoção de crianças por casais homoafetivos.

Na medida em que se intensificaram as matérias sobre “denúncias contra Cunha”, a categoria temática “direitos e garantias” passou a ter outros protagonistas. Já as matérias que abordavam as temáticas “denúncias contra Cunha” e “impeachment de Dilma” tiveram seu auge em outubro de 2015, quando aumentaram ameaças de cassação do mandato do deputado Eduardo Cunha e de deposição de Rousseff. No final da gestão, o Gospel Mais assume postura crítica em relação ao deputado evangélico.

Vale ressaltar que os meses de maior proeminência de notícias envolvendo o deputado federal Eduardo Cunha se referem a momentos de forte tensionamento político. O conflito, por sua vez, é um valor-notícia, mas também um enquadramento estruturante de narrativas políticas, conforme propõem Motta e Guazina (2010).

Por fim, as notícias analisadas do *Gospel Mais* sugerem que o deputado Eduardo Cunha chegou a representar um projeto de poder para grupos religiosos, que o defenderam até que seu envolvimento em escândalos de corrupção inviabilizasse sua permanência à frente da Câmara, em segundo lugar na linha de sucessão presidencial.

## BIBLIOGRAFIA

- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. (L. A. Reto, A. Pinheiro, Trad.). São Paulo: Edições 70.
- Borelli, V. (2010). Dispositivos midiáticos e as novas “formas” do fenômeno religioso. In V. Borelli (Org). *Mídia e religião: entre o mundo da fé e o do fiel*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Borges, T. D. P. (2007). *Representação Partidária e a Presença dos Evangélicos na Política Brasileira*. Tese (Doutorado em Ciência Política), Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Chagas, L. J. V. (2016) O impeachment de 2016 no contexto das crises presidenciais da América Latina [Entrevista com Aníbal Pérez-Liñán]. *Revista Compólitica*, 6(2).
- Cunha, M. N. (2004). “Vinho novo em adres velhos”: *Um olhar comunicacional sobre a explosão do gospel no cenário religioso evangélico no Brasil*. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade de São Paulo, São Paulo.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). *Censo Demográfico 2010: Características Gerais da População, Religião e Pessoas com Deficiência*.
- Miguel, L. F. (2016). A democracia na encruzilhada. In I. Jinkings, K. Doria & M. Cleto (Orgs.), *Por que gritamos golpe? Para entender o impeachment e a crise política no Brasil*. São Paulo: Boitempo.
- Motta, L. G.; Guazina, L. (2010). O conflito como categoria estruturante da narrativa política: o caso do Jornal Nacional. *Brazilian Journalism Research*, 6 (1), pp. 132-149.
- Santos, W. G. (2017). *A democracia impedida: o Brasil no século XXI*. Rio de Janeiro: FGV Editora.

Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## Las culturas periodísticas del periodismo deportivo regional: roles profesionales y limitantes de la autonomía en Sonora, México

Ángel Iván Húquez Sánchez<sup>282</sup>

Mireya Márquez-Ramírez<sup>283</sup>

**RESUMEN:** Los periodistas deportivos, con roles y valores profesionales similares a los de periodistas de otras fuentes, son menospreciados y deslegitimizados, aunque se trate de un periodismo especializado.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo, Periodismo deportivo, Periodista deportivo.

### INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre las culturas periodísticas alrededor del mundo han examinado los ideales profesionales, ambientes laborales, condiciones de autonomía y orientaciones éticas de los periodistas como partes distintivas esenciales de dichas culturas periodísticas. Los estudios comparativos alrededor del mundo (Hanitzsch, 2011) han encontrado que las culturas periodísticas están influidas y delimitadas por múltiples factores organizacionales, personales, y contextuales. Sin embargo, en estos esfuerzos con frecuencia se han enfatizado las culturas periodísticas nacionales, con un foco normativo en el periodismo político, el cual ha sido tradicionalmente teorizado a partir de su función como vigilante del poder y su relevante papel en la democracia y el debate político. Así pues, roles de los periodistas políticos se han medido ya sea por su distancia del poder, del mercado o la proactividad que toma en la voz periodística (Hanitzsch et al, 2011). Sin embargo, tal énfasis ha dejado un lado sectores periodísticos que tradicionalmente se encuentran en las fronteras de la información y el entretenimiento, tales como los periodistas deportivos. Al tratarse de una ocupación que navega entre dichos márgenes, y que requiere su propio lente analítico, este trabajo explora los ideales y roles profesionales y normativos, así como las limitantes a la autonomía profesional de 25 periodistas deportivos del Sonora, de medios tradicionales y nativos digitales, de distintos puestos y niveles de experiencia en un estado al norte de México en donde el fútbol profesional no prevalece. Tomando como marcos teóricos la Teoría de la Jerarquía de Influencias de Shoemaker y Reese (2013), así como los conceptos de límites de Lewis and Carlson (2015) y de profesionalismo periodístico de Waisbord (2013), el estudio pretende abonar a tres campos: al estudio del periodismo deportivo, a los estudios sobre periodismo regional y a los estudios sobre culturas periodísticas de las *soft news*. Creemos que los tres campos están seriamente sub-representados en los estudios sobre periodismo, de tal manera que el presente estudio pretende aportar luz sobre cómo el propio contexto —más que las dimensiones normativas o los valores periodísticos universales— delimita el campo periodístico y sus ideales normativos y valores y roles profesionales.

En específico, el objetivo de este estudio es examinar cómo se configuran las culturas periodísticas —y principalmente uno de sus componentes esenciales, la concepción de roles profesionales (Hanitzsch, 2007) de la fuente deportiva en ciudades donde la cobertura presencial al fútbol profesional es casi inexistente, y cuál es el papel que juegan las redacciones deportivas en sus respectivos diarios respecto de asignación de recursos materiales, humanos y simbólicos para la realización de coberturas a profundidad. Nos encontraremos con una ocupación situada en la intersección entre información e infoentretinimiento, la pasión y la intervención como antítesis de la neutralidad periodística, y cruzada fundamentalmente por categorías distintivas como tipo de medio, rango, y jerarquía.

### DISCUSIÓN DE PARTIDA

El periodismo deportivo, una especialización periodística cuestionada por ser ‘soft news’, se somete a los mismos parámetros de evaluación que otras áreas temáticas de la profesión, pero sigue siendo visto como un periodismo menor o como el “departamento juguete” (Rowe, 2007).

<sup>282</sup>Ángel Iván Húquez Sánchez. Universidad Iberoamericana, Maestría en Comunicación, México, huguezsanchez@gmail.com

<sup>283</sup> Académica e Investigadora Titular, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana Ciudad de México, mireya.marquez@ibero.mx

Esta investigación, centrada en los estudios regionales, tiene como objetivo registrar cómo los periodistas deportivos del estado de Sonora cumplen roles y funciones asociados al periodismo 'hard news', mismo que se encuentra legitimado para la literatura académica. Las preguntas a responder son: ¿cómo asumen los periodistas deportivos su rol social? ¿Cómo marcan la política editorial y los recursos de la empresa el trabajo de los periodistas deportivos? ¿Qué ventajas y desventajas identifican para su profesión en la región que trabajan?

## PERIODISMO DEPORTIVO

Los estudios sobre periodismo se han incrementado en México con la llegada del siglo XXI, pero son pocos los que abordan el tema de las culturas de periodismo deportivo como foco de investigación (Márquez y Rojas Torrijos, 2017, Márquez, Húguez y Martínez, 2017). De acuerdo con Billings (2010), existe una gran necesidad de estudiar el deporte y la forma en que es utilizado por los medios de comunicación deportivos para comunicar y tratar asuntos de una importancia considerable.

El área de deportes queda marginada ya que es criticada de forma desinteresada y raramente examinada con atención equilibrada tanto en sus problemas y fortalezas de formas particulares de redacción (Wilson et al., 2016). Las críticas al periodismo deportivo se pueden resumir en que el reporteo se ha degenerado hacia el entretenimiento; los periodistas deportivos parecen vendedores de productos de entretenimiento en vez de representar a un observador crítico; y actúan como fan en vez de reasumir su rol como observador neutral (Horky, 2010). Como resultado, aducen Márquez-Ramírez y Rojas (2017: 174), los cánones y valores profesionales del periodismo deportivo son menos claros y consensuados que los de otros campos de especialidad como el periodismo político, por ejemplo, del que se espera como parte de sus funciones democráticas el cuestionamiento y la vigilancia constante a los actores en el poder, particularmente en la comisión de delitos y actos de corrupción. Pero como señalan los autores, la prensa deportiva rara vez está llamada a ejercer los estándares periodísticos tradicionales (Surface, 1972 en Salwen y Garrison, 1998, p. 88, citados en Márquez-Ramírez y Rojas 2017: p. 174 ).

Existe una paradoja en el centro del periodismo deportivo (Boyle, 2017). Por un lado está la pobre relación asumida con el periodismo y al mismo tiempo, y aquí yace la paradoja, el periodismo deportivo fue una de las partes comercialmente más importante de la industria de los periódicos. Mientras otros periodistas y académicos con frecuencia criticaban los estándares periodísticos laxos, el periodismo deportivo tenía la habilidad de entregar lectores que eran parte crucial del éxito comercial de muchos periódicos.

Si bien es cierto que el periodismo deportivo se rige por reglas muy similares a cualquier tipo de reporteo, puede ser considerado como una forma específica por varias razones. Para Horky (2010), el deporte ha transformado a los medios deportivos, por lo tanto, estamos tratando con una fortalecida área temática impulsada por los medios. La televisión y la tecnología han alterado el rol del periodista deportivo, por hacer posible cubrir el mayor torneo internacional de deportes sin dejar incluso el centro de medios (Boyle, 2006), como en los Juegos Olímpicos.

También está el caso de estudio en cómo los medios locales y globales interactúan en las sociedades contemporáneas y que el periodismo deportivo es fuertemente formado por particulares patrones de evolución social, cultural y política que forman tanto al deporte como a la industria de medios (Boyle, 2006). Además, "...ningún otro tipo de medio de comunicación puede conseguir que tantas clases diferentes de personas estén simultáneamente interesadas en una competición" (Billings, 2010, p. 18).

## EL ESTUDIO DEL PERIODISMO DEPORTIVO: CAMPO PENDIENTE EN MÉXICO

Aunque se trata de uno de los periodismos más seguidos por las audiencias y más exitosos en el área comercial, en México se conoce poco acerca de la cultura periodística del periodismo deportivo. Con cultura periodística se hace referencia al concepto introducido por Hanitzsch (2007): "un conjunto de ideas y prácticas por las cuales los periodistas, consciente e inconscientemente, legitiman su rol en la sociedad y hacen su trabajo significativo para ellos mismos y los otros" (p. 369). De acuerdo con Márquez-Ramírez y Hughes (2017), es poco lo que se sabe sobre cómo los periodistas asumen y piensan su función social y perciben su realidad laboral y profesional.

Si bien los estudios sobre el periodismo van a la alza, y la temática deportiva también se asoma, los estudios sobre los emisores han sido escasos en México, ya que, como apunta Juárez (2012), quizá no hay en el medio periodístico una aceptación de su utilidad, por lo que resulta necesario analizar cómo son las rutinas, valores y percepciones de los periodistas deportivos. También se puede añadir la percepción de Mellado, que falta atención "hacia el emisor como sujeto influenciado y condicionado por una realidad contextual, laboral y profesional que podría mediar en su capacidad de producir y generar contenidos y mensajes en el entorno profesional en que se ve inserto" (2010, p. 126).

Uno de los desafíos de la investigación acerca del periodismo deportivo es legitimar esta cultura periodística frente a las del periodismo político o económico, que representan los objetos de estudio más observados en la literatura mexicana e internacional.

En México, hay estudios que hablan sobre la materia (periodismo) o sus profesionales (periodistas), y también existen estudios recientes sobre deporte en el país. Colín (2013) se centró en el profesionalismo de los periodistas deportivos de la Ciudad de México y trabajos previos de quien esto escribe (Márquez-Ramírez, Húguez y Espinoza 2017) estudiaron las culturas de producción, prácticas de reporte y percepciones profesionales de los periodistas deportivos de diarios de referenci en Hermosillo y Saltillo. En Sonora se ha estudiado la ausencia de estudios de periodismo localizado (Covarrubias y Reyna, 2013), el periodismo cultural, la dependencia económica de los medios informativos hacia el Estado, así como el periodismo digital (Galván, 2016; Aragón 2015). Sobre periodistas deportivos en la entidad, está el estudio comparado recién mencionado que se hizo entre reporteros de Sonora y Coahuila (Márquez et al., 2017), que abordó las percepciones profesionales, presiones y prácticas de reporte de periodistas de medios impresos. Se encontró en este último estudio, que sirve como antecedente directo del que aquí se presenta, que el ejercicio del periodismo deportivo en el norte de México, y particularmente en las ciudades de Hermosillo, Sonora, y Saltillo, Coahuila, es una práctica enmarcada en una cultura periodística compleja que se enfrenta a diversas dificultades que inhiben aspectos positivos como el periodismo de investigación, la generación de contenido propio o la realización de coberturas de eventos de forma presencial. Tanto a nivel individual como organizacional, los periodistas y el sistema en el que trabajan exhiben algunos defectos que limitan la práctica profesional tales como la escasez de recursos humanos y económicos, la priorización de aspectos económicos sobre editoriales, la falta de iniciativa, o las presiones temporales que sumadas a una ausencia de planeación derivan en la publicación de información fragmentada, poco trabajada o generada por fuentes indirectas a menudo desconocidas. Por ello, ante tales evidencias, partimos de la suposición de que si bien hay una gran cantidad de limitantes a la autonomía profesional de los periodistas, es en la dimensión individual de las culturas periodísticas—la de los roles normativos y profesionales—la que define la continuidad de los periodistas deportivos en sus puestos y provee los incentivos que legitiman el campo. En este estudio, con la ampliación de medios y participantes analizados, podremos analizar el papel que juegan la dimensión organizacional, individual y externa en la configuración de los ideales profesionales de los periodistas deportivos del estado de Sonora, tanto de medios tradicionales como de nuevos medios nativos digitales que supondrían una alta especialización.

## **APROXIMACIÓN TEÓRICA: LA AUTONOMÍA PERIODÍSTICA Y LOS ROLES PROFESIONALES**

Para este estudio nos centraremos en la producción de noticias como enfoque teórico-conceptual. Se delimitará al nivel micro, donde los individuos son vistos como el nivel menos fuerte, ya que son 'restringidos' por los demás niveles del Modelo Jerárquico de Influencia de Shoemaker y Reese (2013). Para estos autores el nivel individual considera los rasgos personales de los trabajadores de noticias, sus valores noticiosos, los roles profesionales que asumen y otras características demográficas como género, raza, clase. Los autores asumen que estas características afectan la labor periodística, ya que los reporteros toman decisiones basadas en atributos de nivel psicológico, pero que operan dentro de una red de restricciones. Se considera la relativa autonomía de los individuos, cómo son formados y cómo se identifican con las organizaciones alrededor. Por ello, también se tiene una mirada sobre las organizaciones, las fuentes y las condiciones regionales que impactan en el individuo productor de noticias.

El conocer las prácticas, valores, roles e ideologías que mediatizan los mensajes (Shoemaker y Reese, 2013), permitirá identificar en lo periodístico los procesos y configuraciones mentales que dan lugar a los modos de informar la realidad por parte del periodismo. Martínez (2015) invita a identificar culturas periodísticas diferenciadas según criterios como la propiedad de las empresas, el ámbito de difusión y su modo, la orientación editorial, el tipo de medio y cualquier otro pertinente, donde destaca la especialización temática, que se distinguen en periodismo político, económico, científico, cultural, deportivo, de sucesos, etc.

La intención de este proyecto es aportar a distintas áreas investigativas como el periodismo deportivo y el periodismo regional que requieren de más atención académica, y hacerlo a través de un estudio sobre emisores que sea inclusivo por abarcar los distintos perfiles de los medios—como prensa escrita, medios exclusivamente digitales, radio y televisión—, analizados con un enfoque desde la sociología de la producción de noticias mediante las culturas periodísticas, enfatizando en el nivel evaluativo propuesto por Hanitzsch (2007). Asimismo, el estudio se basa en el argumento de Waisbord (2013) de que el profesionalismo periodístico es una noción ambigua y problemática, por el que los periodistas asumen una posición normativa y unos estándares de calidad, conocimiento especializado y disciplina organizacional. Como señala el autor, la profesionalización se trata de la especialización del trabajo y el control de las prácticas ocupacionales (2013, 15). En ese sentido, son los roles periodísticos los que permiten acercarse a esos cánones profesionales en un campo que de suyo ha batallado históricamente para definir sus límites profesionales. Como señalan Carlson y Lewis (2015), las batallas respecto del periodismo suponen la batalla de los límites del periodismo y de cómo el periodismo se posiciona respecto de lo no periodístico. En el estudio de

los roles profesionales de los periodistas deportivos de Sonora, por tanto, anticipamos encontrar tensiones continuas entre el campo de lo periodístico y el campo del entretenimiento que sitúa los imaginarios profesionales en un ámbito de alto pragmatismo, jeraquización y control del trabajo más allá de cánones universales.

## **METODOLOGÍA**

Para conocer los roles asumidos por los periodistas deportivos, cuál es su misión social, se consideró investigación cualitativa para explorar los universos profesionales de los periodistas a través de su subjetividad. En específico, la técnica utilizada será el método de la entrevista en profundidad, mismo que además permite identificar las limitantes que los periodistas observan en su entorno. Para contrastar lo expuesto por los entrevistados, una segunda etapa del estudio contempla la opción del análisis de contenido para ver si lo que asume el comunicador está manifiesto en su producto informativo. Además se contempla emplear la observación participante para observar una segunda dimensión de las culturas periodísticas referente a las rutinas profesionales y prácticas de reporto. La muestra consistió en 25 periodistas de diversos medios del estado de Sonora, tanto de medios impresos, radiales, televisivos y nativos digitales, que cubre la totalidad de oferta de medios con información deportiva propia. Se buscó maximizar la variación de edad de los entrevistados, perfiles demográficos, experiencia, puesto y campo de especialidad (fuente).

## **HALLAZGOS EMERGENTES**

### **NIVELES INDIVIDUAL Y ORGANIZACIONAL**

El periodista deportivo tiene clara su percepción dentro de la profesión: es un periodista que comparte la misión y los valores de cualquier otro colega de la información, y después tiene la característica de especialización temática. Sus responsabilidades sociales son informar, “tener vocación social”, brindar información útil, “dar voz a las personas”, buscar la primicia y “ejercer el derecho a la comunicación”. Se trata de funciones que se comparten con colegas que se encargan de fuentes o temas que son más identificados con el apoyo al ejercicio democrático que tiene la profesión.

Para esto, deben contar con valores como la objetividad, la honestidad, la veracidad, integridad, versatilidad; ser responsable, ético, confiable, analítico, preparado y disciplinado. Y es a partir de estas ‘misiones’ sociales y valores que viene la especialización deportiva en cuanto al conocimiento específico, el dominio del lenguaje particular de los deportes y la capacidad de “dar estadísticas al momento de dar la información” y el compromiso de ofrecer a la audiencia “más atractivo el contenido”.

El compromiso con el periodismo crítico es poco, ya sea por las políticas editoriales o “reglas no escritas”, no es del gusto del periodista, porque Deportes es “más blando” o porque la labor diaria “nos quitan el tiempo”. Esta podría ser una particularidad de las secciones deportivas respecto a otras áreas periodísticas mejor percibidas. Con ello se corroboran estudios previos que encontraron poco periodismo de investigación en los diarios deportivos mexicanos (Márquez-Ramírez y Rojas Torrijos, 2017)

Respecto al nivel organizacional, está la autonomía asumida que va desde la libertad para el ángulo informativo hasta las políticas editoriales. Sobre el enfoque noticioso se le brinda la prioridad al reportero porque “son ellos los que están en el lugar... haciendo la entrevista”, pero “tenemos un ángulo informativo desde antes”. Las ocupaciones de los editores también brindan cierta autonomía a los reporteros: “tienen otra visión y a veces retomamos cosas que no dan como idea”.

Respecto a las políticas editoriales, están las situaciones que tocan intereses políticos, ya que “tú no puedes decidir qué vas a subir o no... si se autoriza se sube, o no”. Las relaciones comerciales también frenan la libertad individual: “muchas veces que no podemos publicar comercios que están involucrados porque son clientes de la empresa”.

#### **Factores regionales**

El tercer nivel del Modelo Jerárquico de Influencia de Shoemaker y Reese, están las instituciones sociales (extramedia), donde más allá de las organizaciones públicas también se considera a las fuentes y la audiencia. En relación a las fuentes deportivas, la zona ha crecido “porque son muchos deportistas y varios de ellos son protagonistas importantes a nivel México”; además de la expansión de deporte profesional: béisbol, fútbol (tradicional y sala), basquetbol, boxeo, así como una amplia variedad de deporte local. Entre los aspectos negativos extramedia, el periodismo deportivo también enfrenta la intromisión gubernamental.

Otra de las desventajas que ven los periodistas es la centralización histórica de México, que también se ha propagado al deporte y que supone mayor asignación de recursos financieros, humanos y simbólicos para la capital del país respecto de este estado del Norte de México (Márquez Ramírez, et al 2017). Otra desventaja es incluso, el caluroso clima del desértico estado de Sonora, que habría de incidir decisivamente en la planeación de coberturas y

que incluso frena alternativas de deporte profesional o eventos importantes durante el verano, con temperaturas mayores a los 50 grados Celsius.

En el aspecto positivo que mencionaron los periodistas, está la cercanía con Estados Unidos, particularmente con el estado de Arizona, que es sede de equipos de MLB (béisbol), NBA (basquetbol) y NFL (futbol americano). Lo que representa oportunidades de coberturas planeadas para deportes poco abordados en otros estados del país, más asiduos al fútbol profesional.

### **LA DESFUTBOLIZACIÓN**

Una de las características de Sonora, a diferencia de la mayor parte del país, es la afición al béisbol, y que la presencia del futbol se ha vivido por etapas y nunca con un equipo de primera división. Con la presencia desde 2015 del club Cimarrones FC en la Liga de Ascenso, entre lo bueno y malo tiene que “surgieron muchos sitios, muchos portales, muchos blogs, muchos pseudo-periodistas”. Así, la futbolización (Rojas, 2012) de contenidos no es prioridad en el periodismo deportivo regional. Por tanto, los roles profesionales de los periodistas no estarían asociados al porrismo por equipos que se ha visto en periodistas deportivos focalizados en el fútbol profesional, aunque la autonomía de los periodistas para hacer coberturas alternativas de deportes amateur sería, en teoría, mayor. Sin embargo, como han señalado estudios anteriores, la precariedad de la fuente deportiva en general puede ser una consecuencia indirecta de que el fútbol no es foco de atención en esa ciudad del norte de México y de que gran parte de las coberturas se haga desde redacción y hacia eventos que se desarrollan en el centro del país. Con ello se inhibiría la autonomía de los periodistas para generar sus propias agendas de trabajo.

### **FORMACIÓN PERIODÍSTICA**

Otras de las instituciones sociales que tienen impacto sobre los medios de comunicación son las universidades. Un editor de deportes opina “creo que podría ser muchísimo mejor. No sé si culpar a las instituciones académicas o a los propios alumnos”. Un alumno que es becario en un medio local, concuerda: “yo que estoy en la Universidad de Sonora en Ciencias de la Comunicación hay muchas ramas y a la rama de periodismo se le da muy poca importancia”.

También los hay quienes creen que falta más periodismo digital en la educación universitaria, y quien piensa que se descuidado la redacción periodística: “Cuando los ves en transmisiones se desenvuelven muy bien, pero a la hora de plasmar sus ideas en el texto...”, declaró un editor con 10 años de experiencia.

### **LOS ANUNCIANTES**

Una de las observaciones hechas por Boyle (2006) es la capacidad de los medios deportivos para atraer recursos económicos, pero parece que eso no aplica para Sonora: “... me he dado cuenta de que falta que el lector, el anunciante y muchos deportistas crean en el periodismo deportivo que se hace en Sonora, pero sobre todo que consuman el periodismo deportivo hecho en Sonora”.

Si bien esto implica un problema de solvencia, también están los efectos de los que sí se anuncian: “...un equipo profesional que se está anunciando le vamos a dar más espacio a que si no se estuviera anunciando. O más grave aún: “muchas veces sabemos qué notas no van a entrar porque no se vendieron o porque se compraron...”.

Aunque también hay sus alternativas para evitar más afectaciones: Yo creo que la clave... es el famoso ‘changanreo’ (los negocios pequeños). O también convenios de publicidad cuyo pago es con servicios a los empleados, por ejemplo análisis médicos, membresías en escuelas de inglés o gimnasios, lentes, etc.

### **competencia**

La competencia entre medios deportivos parece no existir: “Sí tenemos competencia aquí pero no siento que la tengamos”, porque los demás “caen en la prensa normal, en la ‘vieja escuela’”, pero hay quienes aventajan en alcance de audiencia. La cercanía de los periodistas también disminuye la rivalidad informativa: “No hay mucha competencia. Te das cuenta cuando trabajas dentro porque, como somos una ciudad chica, todos nos conocemos”.

La audiencia también es responsabilizada: “no puedes tratar de competir con nadie por la nota más importante sobre todo en un lugar donde la gente lee cada vez menos”. Otra propuesta explicativa: “yo siento que es conformismo, mucho conformismo: ‘este es mi pedazo del pastel, este es el tuyo y no nos peleamos’”.



## CONCLUSIONES INICIALES

Estas reflexiones se derivan de la primera etapa de la investigación de campo, que fueron las entrevistas en profundidad. Arrojan de inicio que, aunque los periodistas deportivos suelen ser subestimados por la información que manejan, ellos también apelan, como hace el periodismo 'hard news' al compromiso de informar con vocación social, ofrecer pluralidad de voces, anteponer los intereses públicos a los privados y la información al entretenimiento, realizando estos roles con valores como objetividad, honestidad, integridad, credibilidad, responsabilidad, así como la ética y la preparación.

Además, como periodismo especializado, está la habilidad de desarrollar el conocimiento específico de los deportes diversos que se cubren y dominar sus respectivos lenguajes.

Respecto a la publicidad, pese a que se considera una 'sección' atractiva para los anunciantes, tienen problemas para conseguir recursos económicos, una condición, que, según Boyle (2006), era una de sus fortalezas.

En los factores regionales, cuentan con una característica particular respecto a la mayor parte del país: se trata de una zona tradicionalmente con gusto por el béisbol, y con poca presencia futbolística profesional, por lo que se trata de un periodismo desfutbolizado, por lo que la oferta informativa es variada y con un peso importante para el deporte local.

Pese a ser relegado o "discriminado", el periodismo deportivo –visto más como entretenimiento- tiene roles, funciones, carencias y complicaciones iguales o similares que el periodismo 'serio', pero sigue siendo subestimado por las investigaciones académicas.

En este primer vistazo a las conclusiones –que serán actualizadas con análisis de contenido y observación participante en etapas posteriores-, se ven similitudes con otros 'tipos de periodismo' ampliamente legitimados por su 'servicio' al ejercicio democrático.

Una de las intenciones de esta investigación es aportar a la legitimación del periodismo deportivo respecto a otras áreas temáticas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Billings, A. (2010). La comunicación en el deporte. España: Editorial UOC.
- Boyle, R. (2006). *Sports Journalism Context and Issues*. London: SAGE.
- Boyle, R. (2017) *Sports Journalism, Digital Journalism*, 5:5, 493-495, DOI: 10.1080/21670811.2017.1281603.
- Carlson, M. and S. Lewis (2015) *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*, Abingdon: Routledge
- Hanitzsch, T. (2007), *Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory*. *Communication Theory*, 17: 367–385. doi:10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Mellado, C., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I, et al. (2011). Mapping Journalism Cultures Across Nations: A Comparative Study of 18 Countries. *Journalism Studies* 12 (3), 273–293
- Horky, T. (2010). The Challenges of Journalistic Principles to Sports Journalism. World Journalism Education Council.
- Juárez, E. (2012). El periodismo: una mirada desde la sociología de las noticias. *Nóesis*, 21, 239-265.
- Márquez-Ramírez, M., y Hughes, S. (2017). Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México, Ciudad de México: XXX, versión en línea.
- Márquez-Ramírez, Mireya; Ángel Húquez Sánchez y Ángel Mario Martínez (2017) El periodismo deportivo en el Norte de México: culturas de producción, prácticas de reportaje y percepciones profesionales en Oller Alonso, Martín (Coord.) *Culturas Periodística(s) Iberoamericana(s): La diversidad de un periodismo propio*, Col. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 125, La Laguna (Tenerife, España): Sociedad Latina de Comunicación Social
- Márquez-Ramírez, Mireya y José Luis Rojas Torrijos (2017) ¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España. *Cuadernos.info*, (40): 173-188,
- Martínez, M. (2015). Investigar las culturas periodísticas. Propuesta teórica y aplicación al estudio del periodismo político en España. En *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo* (1), 151-162.
- Mellado, C. (2010). Análisis estructural de la investigación empírica sobre el periodista latinoamericano. *Nueva Época*, 13, 125-147.
- Reese, S. y Shoemaker, P. (1996). *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
- Reese, S. y Shoemaker, P. (2016). A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model. *Mass Communication and Society* (19), 389-410.

- Rojas, J. (2012). La futbolización de la información deportiva. Un estudio de casos de cuatro diarios deportivos europeos. En *Comunicação & Cultura*, (13), 77-95.
- Rowe, D. (2007). Sport Journalism: Still the “toy department” of the news media? *Journalism* (8), 385-405. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1464884907078657>
- Salwen, M. y Garrison, B. (1998). Finding their Place in Journalism: Newspaper Sports Journalists’ Professional ‘Problems’. *Journal of Sports & Social Issues*, 22(1): 88-102
- Surface, B. (1972) The shame of the Sports Beat, *Columbia Journalism Review*, Enero-Febrero de 1972
- Waisbord, Silvio (2013) *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective*, Cambridge: Polity Press (p. 19-93)



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

---

## REFLEXIONES SOBRE PERIODISMO EN COLOMBIA DESDE LA EXPERIENCIA DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA (CIP-CUN), DE LA CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN DE BOGOTÁ

### REFLECTIONS ON JOURNALISM IN COLOMBIA FROM THE EXPERIENCE OF THE CONSTRUCTION OF THE PERIODIST RESEARCH CENTER (CIP-CUN), OF THE UNIFIED CORPORATION OF HIGHER EDUCATION CUN DE BOGOTÁ

*John Rodríguez Saavedra<sup>284</sup>*

**RESUMEN:** En este artículo se quiere mostrar cómo las necesidades de vincular al programa de Comunicación Social de la CUN con las realidades del país en contextos particulares desde la práctica del periodismo de investigación, permitió la construcción del Centro de Investigación Periodística (CIP-CUN), cuáles son sus retos, sus proyecciones y sus dinámicas de trabajo.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo de investigación; Narración; Centro de Investigación Periodística de la CUN.

**ABSTRACT:** In this article we want to show how the needs of linking the CUN Social Communication program with the realities of the country in particular contexts from the practice of investigative journalism, allowed the construction of the Journalistic Research Center; what are its challenges, its projections and its work dynamics.

**KEY WORDS:** Investigative journalism; Narration; Journalism Research Center of the CUN.

---

#### LAS INQUIETUDES

Los programas de Comunicación Social en Colombia dividen los contenidos de sus currículos en los componentes de Periodismo y Comunicación Organizacional. Eso implica que las prácticas de los estudiantes interesados en el periodismo deban compartirse con el otro componente. Por esa razón y además teniendo en cuenta que los grandes Medios de Comunicación desde sus intereses sustentados más en dinámicas económicas que en el entendimiento de la información como un servicio social, vimos la necesidad de abrir un espacio alternativo para que los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN de Bogotá puedan desarrollar proyectos periodísticos que asuman la responsabilidad de narrar a un país tan complejo como Colombia.

Esto nos dio pie para interesarnos en identificar algunas de las necesidades de narrativas periodísticas acordes al contexto actual del país y construir un espacio que les permita a los estudiantes interesados en el periodismo dentro del programa de Comunicación Social de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, de Bogotá, un vínculo directo con los acontecimientos propios de una nación en guerra a través de propuestas periodísticas.

---

<sup>284</sup> John Rodríguez Saavedra. Comunicador Social y Periodista. Docente de Periodismo y director del Centro de Investigación Periodística (CIP-CUN) de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, de Bogotá. Estudiante de segundo año de la Maestría en Etnoliteratura de la Universidad de Nariño. Colombia. johnrodriguezsaavedra@gmail.com

## METODOLOGÍA

Para construcción de la propuesta del centro, se utilizó el enfoque de la Investigación Acción Participativa a partir de una metodología de diálogo de saberes, entre los diversos actores de la Universidad. Una de nuestras preocupaciones más sentidas es la vinculación de la universidad en el mundo de la vida, es decir, con la vida cotidiana de la gente y sus problemáticas en el territorio. Por ello, el objetivo consiste en construir un lugar para un periodismo responsable que produzca conocimiento de una manera auténtica y potencie la creación de un pensamiento propio, con opciones reales de incidir en la producción de la información. El desarrollo del enfoque IAP implica que la investigación se instale en el diseño de ejercicios específicos de investigación - acción, sistematice experiencias significativas para el centro en el territorio, posicione a los estudiantes agentes, e investigadores implicados en la producción de conocimiento, estrechamente vinculados con su entorno social. En el proceso se realizaron mesas de diálogo con la participación de la comunidad académica en especial profesores y estudiantes y jornadas de trabajo vinculando a las directivas de la Escuela de Comunicación y Bellas Artes y de la Universidad, para generar una propuesta que pueda suplir de alguna manera esas limitaciones narrativas periodísticas en el país.

## COLOMBIA Y LATINOAMÉRICA

Se trata de narrar. Suena fácil, pero no lo es. En un país como Colombia, no muy distinto a otros de Latinoamérica y del mundo en donde se impone la tradición oral sobre la escrita, los procesos de escritura siempre serán una asignatura pendiente y habrá que empezar a saldar esa deuda pronto. ¿Qué pasaría si ese amigo con el que hablamos a diario, un día, justo en el momento en el que nos disponemos a contarle alguna anécdota sentados tomándonos un café, nos dijera que mejor no se la contemos y que preferiría que se la pasemos por escrito? Seguramente, después de tres o cuatro historias, decidiríamos no contarle nada más, nunca.

Y dentro de esas narraciones que nos debemos, están las del periodismo. Ya no estamos en los años cuando García Márquez escribía en *El Espectador*, o en los que Julio Cortázar escribía en la revista *Realidad*, sólo por mencionar algo. Lo de hoy, con todas las posibilidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías, sobre todo la internet (el invento más democratizador después de la Imprenta, según el periodista argentino Jorge Lanata), las posibilidades narrativas para el periodismo, son más amplias, y tal vez sea desde esas plataformas desde donde podamos ponernos al día y saldar la deuda que tenemos, no sólo con el país, sino con el mundo.

Uno de los casos que llama mucho la atención es el de Joe Sacco (2012), quien en su libro *Reportajes*, nos presenta una serie de historias que investigó en diferentes lugares del mundo y que aparecen con los nombres de "Mujeres chechenas", "Inmigrantes africanos" y "Kushinagar", sobre la pobreza en la India. Lo interesante de las narraciones de Sacco, además de las temáticas, es que están construidas en un lenguaje muy particular: el comic, es decir, en un lenguaje de rasgos más antiguos que incluso que la misma imprenta, lo que demuestra que la herramienta narrativa no muere, pero que hay que saber utilizarla para se adapte a cualquier tiempo. Estos trabajos periodísticos, también tienen un punto clave para entender su relevancia: no habría sido posible narrarlos, sin una investigación seria, detenida y responsable.

Tomás Eloy Martínez (2010), el periodista argentino, enfatiza en este aspecto planteando que narración e investigación forman un solo haz, una alianza de acero indestructible, e insiste que no hay narración, por admirable que sea, que se sostenga sin las vértebras de una investigación cuidadosa y certera, así como tampoco hay investigación válida, por más asombrosa que parezca, si se pierde en los laberintos de un lenguaje insuficiente o si no sabe cómo retener a quienes la leen, la oyen o la ven. Solas, una y otra son sustancias de hielo. Para que haya combustión, necesitan ir aferradas de la mano.

Así, investigación y narración son dos pilares fundamentales para lograr productos periodísticos de calidad, que no sólo presenten informaciones veraces, contrastadas y amplias, sino que incluyan un componente estético que permita que el lector, el televidente o el oyente, puedan acceder de manera familiar y cómoda a esas informaciones.

Por otra parte, el caso del periodista argentino Rodolfo Walsh, también es un referente importante sobre narraciones periodísticas escritas bien elaboradas producto de una investigación seria y responsable. En su libro *Operación Masacre* (2008), logra no sólo sorprender, sino conmover a través del relato sobre lo ocurrido en Buenos Aires la noche del 9 de junio de 1956 cuando de civiles fueron detenidos antes de la aplicación de la Ley Marcial, para luego ser conducidos al basural de José León Suárez, donde iban a ser fusilados. Algunos pudieron escapar. Los sobrevivientes fueron siete, y los fusilados cinco. Los fusilamientos quedaron impunes pero Walsh dejó un registro no oficial de los hechos que todavía se consulta para entender parte de la historia argentina.

Y en Colombia, no todos los Medios de Comunicación han asumido la responsabilidad de informar desde el precepto fundamental del periodismo que nos obliga a entender que la información es un bien público, y no una mercancía que busque favorecer a ciertos sectores económicos.

## UNA PEQUEÑA HISTORIA

Los periodistas Salud Hernández-Mora, Diego D’Pablos y Carlos Melo, padecieron por pocos días una de las peores vejaciones a las que se puede someter a un ser humano, y a todos nos alegró su regreso. Desaparecieron el 23 de mayo de 2016, y el 27 aparecieron, fueron liberados. Habían sido secuestrados por la guerrilla del Ejército de Liberación Nacional (ELN), que estaba en conversaciones para empezar un acuerdo con el gobierno colombiano, pero que aún sigue cometiendo actos atroces en el país.

Mientras los periodistas permanecieron secuestrados, los medios para los que trabajan, pegaron el grito en el cielo. Y no era para menos: eso no le puede pasar a nadie, ni en Colombia, ni en ningún lugar del mundo, así sean periodistas, contadores públicos, amas de casa o panaderos. Pero lo que llamó la atención fue que nunca antes, en secuestros de otros periodistas o amenazas contra ellos en Colombia, RCN y Caracol, le dieron tanta importancia e hicieron un seguimiento tan amplio y riguroso como en el de Hernández-Mora, D’Pablos y Melo.

Lo que esto nos mostró fue que hay periodistas de primera, de segunda y hasta de tercera categoría en el país, y que, a no ser que trabajen para un gran medio, los riesgos que corran otros periodistas en el país, a RCN y Caracol, les importa poco.

Está bien: esos grandes medios tienen el derecho de comportarse de acuerdo a sus intereses, es decir, a intereses económicos que desconocen la información como un bien público y la utilizan para su beneficio propio, pero no sobraría nunca que nos lo hagan saber de su propia voz, aunque lo sepamos. Ese sería el mínimo acto de decencia: que no se muestren como medios responsables y éticos en el manejo de la información, sin serlo, y de una buena vez nos digan lo que son y que no debemos esperar de ellos más que información acomodada y sesgada.

Cuando se firmó la parte final del acuerdo entre la guerrilla de las Farc y el gobierno colombiano, quienes tenían que comprometerse a decir la verdad, no eran sólo las dos principales partes en pugna (gobierno y guerrilla), sino también esos otros actores, como estos dos grandes medios, que le deben muchas verdades al país y que no las dijeron a tiempo, poniendo al país en riesgo de continuar en una guerra de más de cincuenta años.

¿Por qué no se hace una convocatoria a RCN y Caracol, por ejemplo, para que rindan cuentas sobre cómo su manera de informar ha ayudado a acrecentar el conflicto? ¿No sería mínimamente serio que también le rindan cuentas al país por lo que han hecho? Pero no, eso no va a pasar, y el país seguirá padeciendo esas violencias generadas, no sólo por lo que dicen, sino también por lo que no dicen, que es peor. Es como si hubieran sido los inspiradores del poema *Hay que compadecerlos*, del poeta argentino Oliverio Girondo (1999) que nos dice: “sólo piensan en cifras, en fórmulas, en pesos...¿cómo sabrían lo que han hecho, lo que hacen?...son ferozmente crueles, son ferozmente estúpidos...”

Los medios de comunicación son parte fundamental de una democracia, pero no este tipo de medios que son la antítesis de lo democrático, de lo serio y de lo responsable. Ellos seguirán promocionando el glamour, pontificando héroes falsos, seguirán desinformando al país como lo han hecho siempre y nuestro deber es cuestionarlos.

Con el seguimiento a los periodistas secuestrados por el ELN, no por lo que hicieron en ese caso, sino por lo que no han hecho con otros, RCN y Caracol nos mostraron como nunca antes su cara real: monstruos que se venden como princesas.

Esto nos hace recordar las palabras del coronel Kurtz, en *Apocalipsis Now*, de Francis For Coppola, cuando dice: “Horror, horror. El horror tiene una cara... y tú debes hacer del horror tu amigo...”. Ellos, RCN y Caracol, han comulgado con el horror, y lo han hecho su amigo, y de esa forma no puede pensarse en un país en paz, nunca.

## EL CENTRO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

Por esa y otras razones más, y asumiendo una responsabilidad con las realidades del país, nos dimos a la tarea de crear el Centro de Investigación Periodística de la CUN, con el ánimo de promover el periodismo investigativo como una de las posibilidades para abordar temáticas fundamentales del país desde una postura independiente y con sentido crítico basados en la definición de Mark Lee Hunter y Nils Hanson (2013), que propone que el periodismo de investigación es la tarea de revelar cuestiones encubiertas de manera deliberada, por alguien en una posición de poder, o de manera accidental, detrás de una masa caótica de datos y circunstancias que

dificultan la comprensión. Es una actividad que requiere el uso de fuentes y documentos tanto públicos como secretos.

Así, podríamos decir más específicamente que el Centro de Investigación Periodística de la CUN, CIP-CUN, nace de la necesidad de vincular a la academia con el contexto colombiano a través de trabajos periodísticos que den cuenta de la realidad local, regional y nacional, a través de trabajos que aborden temas de interés general enmarcados en la ética, la responsabilidad y el compromiso.

Así, hizo una convocatoria abierta a estudiantes en las distintas sedes de la CUN en donde existe la carrera de Comunicación Social y en los distintos niveles de los ciclos propedéuticos para definir a quiénes iban a integrar el grupo de trabajo. Vale la pena aclarar que, dadas las características de los ciclos propedéuticos que ofrece la CUN en el programa de Comunicación Social, los del nivel técnico sólo podían hacer parte del CIP-CUN como asistentes, y no asumirían responsabilidades del trabajo periodístico, como sí lo harían los de los niveles tecnológico y profesional.

Lo que se buscaba con la vinculación de estudiantes del nivel técnico al proyecto es que puedan ser testigos directos de todas las dinámicas y procesos del trabajo para que después, si es de su interés, puedan pasar a formar parte de él ya asumiendo otras responsabilidades. Y en los otros casos, es decir, el de los otros dos niveles, se buscaba que, además de hacer parte de un proceso de investigación periodística de largo aliento, tuvieran la posibilidad de incluir el resultado de la investigación dentro del currículo a la hora de buscar un trabajo en los medios de Comunicación cuando se hayan graduado.

## CONCLUSIONES

Nosotros pensamos que las necesidades de hacer periodismo real desde la academia, evita el simulacro que en algunas instituciones que ofrecen la carrera de Comunicación Social y que se utiliza para el ejercicio de la profesión, dejando de lado el contacto real con el contexto y las responsabilidades de generar productos periodísticos que puedan hacerse públicos y compartirse.

Los trabajos se abordan y que se pueden desarrollar durante un semestre, a no ser que el tema implique una ampliación del tiempo de trabajo, y los resultados de esas investigaciones periodísticas se piensan para ser publicadas en un libro que luego se socialice para presentar los hallazgos de todo el proceso. El equipo del CIP-CUN está conformado también por docentes de Comunicación de las sedes de la CUN y el proyecto está vinculado con algunas asignaturas que tienen que ver directamente con el periodismo. Esto significa que desde el trabajo diario en las aulas, se potencia el proyecto y se tienen en cuenta algunos trabajos de clase para revisar los perfiles de los estudiantes para en su momento que puedan formar parte del grupo.

Además, se cuenta en el equipo de trabajo con tres estudiantes del programa de Diseño Gráfico, para que desde sus saberes puedan alimentar las narrativas escritas que harán los estudiantes de Comunicación Social desde el lenguaje de la ilustración. El tema de la labor periodística muchas veces existe en la Academia, pero se queda en la discusión. Lo que nosotros buscamos es formar profesionales que desde la experiencia, puedan generar propuestas independientes de producción periodística. Seguramente nos falta trabajar más, pero hemos dado un paso importante.

## BIBLIOGRAFÍA

- Hunter Mark Lee y Hanson Nils, (2013). La investigación a partir de historias: manual para periodistas de investigación. UNESCO. Oficina Regional de Ciencias de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Montevideo, Uruguay.
- Antero, Raúl (1999). Oliverio Girondo Obra Completa. Universidad de Costa Rica. Madrid, España.
- Walsh, Rodolfo (2008). Operación Masacre. Ediciones De La Flor. Buenos Aires, Argentina.
- Martínez, Tomás Eloy (2010). Recuperado en: <https://www.lanacion.com.ar/1228740-los-hechos-de-la-vida>
- Sacco, Joe (2012) Reportajes. Random House Mondadori. Madrid, España.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## El periodismo en Venezuela se ejerce en un contexto precario

*Andrés Cañizález<sup>285</sup>*

**RESUMEN:** Para este texto tomamos como referencia los resultados de la encuesta desarrollada por la asociación civil Medianálisis en los años 2015, 2016 y 2017 en Venezuela. Los medios de comunicación considerados para la constitución de esta muestra fueron de diarios impresos, radio, televisión y web. La investigación de campo durante estos años ha debido sortear diversas dificultades, pero hay una de fondo: la ausencia de información consolidada y confiable, en Venezuela, sobre el número de periodistas que laboran profesionalmente en los medios de comunicación. La intención última del estudio conduce a una visualización descriptiva de los escenarios y contexto vigentes en el ejercicio profesional del periodismo en Venezuela.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo; Venezuela; Condiciones del periodista.

**ABSTRACT:** For this paper we use as input the survey's results conducted by Civil Association Medianálisis during years 2015, 2016 and 2017 in Venezuela. Medias considered to this sample were printed newspapers, radio, television and web media. During these years, field research has overcome various difficulties, but there is a fundamental: the lack of reliable and consolidated information, in Venezuela, about the number of journalists employed professionally in the media. The main goal of the study leads to a descriptive visualization of the current scenarios and context in the professional practice of journalism.

**KEYWORDS:** Journalism; Venezuela; Conditions of the journalist

---

### INTRODUCCIÓN

Históricamente el periodismo en Venezuela tuvo una aproximación más ensayística para explicar, analizar y contextualizar su práctica profesional. Ha sido iniciativa de las organizaciones no gubernamentales, y no tanto del campo académico universitario ni desde la esfera gremial, la labor de tratar de construir mapas explicativos sobre el trabajo periodístico venezolano con herramientas de cuantificación.

El año 2002, que fue un período particularmente intenso en la vida pública venezolana, tiene como fecha de inicio de los informes de situación de la libertad de expresión que de forma conjunta iniciaron las asociaciones civiles Espacio Público y el capítulo venezolano del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS). Esta serie de informes anuales, que comienzan en 2002, si bien apunta al ejercicio general de este derecho comienza a poner foco en asuntos que afectan directamente al trabajo periodístico como lo eran en aquel momento (y lo siguen siendo) contabilizar las agresiones directas contra comunicadores, los ataques a las sedes de medios de comunicación y las acciones de intimidación o descrédito contra reporteros y editores (Cañizález y Correa, 2003).

Este primer informe sirvió para documentar el ejercicio periodístico, con indicadores cuantificados, en medio de lo que fue el fallido golpe de Estado que se vivió en abril de 2002 contra el entonces presidente Hugo Chávez o lo que fue el papel mediático en el llamado "Paro Petrolero" de fines de aquel año, que también buscaba la salida anticipada de Chávez del poder. Fue un año de cruda polarización y conflictividad en Venezuela y el periodismo parecía haber quedado en medio de la línea de fuego, si nos guiamos por las cifras de aquel informe como de los sucesivos.

La alianza entre Espacio Público y el IPYS se mantuvo por tres ediciones del informe de situación para luego dar paso, a partir de 2005 a un informe centrado en la libertad de expresión por parte de Espacio Público (Correa, 2006) y otro enfocado más en las limitaciones específicas al periodismo por parte de IPYS (Scharfenberg, 2007).

Años más tarde, a partir de 2012 comienzan a aplicarse encuestas a periodistas en Venezuela por parte de organizaciones de la sociedad civil. La asociación civil Medianálisis utiliza ese año los indicadores de desarrollo

---

<sup>285</sup> Andrés Cañizález. Investigador Titular de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB, Venezuela). Doctor en ciencia política también tiene grados universitarios en historia de Venezuela y comunicación social. Preside la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación. Es directivo de la asociación civil Medianálisis. Email: acanizal@ucab.edu.ve

mediático de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2010) e inspirándose en éstos hace la primera encuesta nacional a periodistas en Venezuela (Cañizález y Reyes, 2014). Luego en 2015 desarrolla una metodología propia con la finalidad de replicar en el tiempo y generar un informe anual que pueda contrastarse sobre la situación del periodismo en Venezuela (Cañizález, 2015), repitiéndose en los años 2016 y 2017 la aplicación de éste instrumento, cuyos resultados comparativos serán justamente la base para este artículo. En algunos casos usaremos solamente la data de 2016 (Medianálisis, 2016) como punto medio de este proceso investigativo, impulsado desde una entidad no gubernamental.

Paralelamente a la iniciativa de Medianálisis, que utiliza entrevistas cara a cara visitando las redacciones y sedes de medios de comunicación en las ocho principales ciudades del país, el Instituto Prensa y Sociedad hizo también, por primera vez, sondeos telefónicos y digitales a partir de 2014 publicando luego su informe bajo el título “La orden es el silencio” (IPYS, 2014) y al año siguiente “Periodismo en arenas movedizas” (IPYS, 2015), en ambos casos se trata de estudios que ponen el énfasis en aspectos como censura y autocensura.

Como hemos indicado, para este texto tomamos como referencia los resultados de la encuesta desarrollada por la asociación civil Medianálisis en los años 2015, 2016 y 2017. En el año 2016, por ejemplo, este estudio se realizó sobre una muestra de 365 periodistas dividida en dos grandes grupos, por un lado se contempló a comunicadores de la llamada Gran Caracas<sup>286</sup>, mientras que el resto de la masa de encuestados correspondieron a las capitales de los estados (provincias) de Anzoátegui, Aragua, Bolívar, Carabobo, Lara, Táchira y Zulia. Los medios de comunicación considerados para la constitución de esta muestra fueron de diarios impresos, radio, televisión y web. En los años 2015 y 2017 se ha tomado una muestra bastante similar.

Imagen 1. Ubicación y proporción de la muestra seleccionada 2016



Se entrevistaron 365 periodistas ubicados en localidades de:

**Gran Caracas: 54,20%**

**Resto del país: 45,8%**

Anzoátegui, Aragua, Bolívar, Carabobo, Lara, Táchira, Zulia

## DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO

El estudio sobre la Situación del Periodismo en Venezuela desarrollada por Medianálisis, en cuanto a la naturaleza de la investigación, estuvo orientado desde un enfoque cuantitativo, no experimental de campo, y se basó en la aplicación en una encuesta “cara a cara”. Se seleccionaron las localidades con

las mayores masas poblacionales urbanas del país, mediante la aplicación de un instrumento tipo encuesta, constituido por cinco decenas de ítems en forma de preguntas cerradas.

La investigación de campo durante estos años ha debido sortear diversas dificultades, pero hay una de fondo: la ausencia de información consolidada y confiable, en Venezuela, sobre el número de periodistas que laboran profesionalmente en los medios de comunicación. Pese a que en Venezuela existe una ley de colegiación obligatoria y la posesión de un título universitario en el área es requisito, en verdad el gremio periodístico está menguado al punto que no posee una data nacional sobre cuántos de sus agremiados están efectivamente laborando como periodistas.

Tampoco las universidades del país tienen cifras al respecto. La estrategia investigativa, entonces, ha consistido en hacer una muestra intencional de medios (prensa, radio, televisión y web) y acudir personalmente a los medios, en las diferentes ciudades, para captar y entrevistar a los periodistas en su propio espacio de trabajo.

Para Medianálisis, y en nuestro caso como autores de este artículo y directivos de esta asociación civil, la investigación realizada no pretendía otra cosa que develar la realidad del periodismo como sector relevante a observar, en un momento dado y en un entorno nacional específico, sin que ello signifique la comprobación de hipótesis alguna. Básicamente se trató de apelar a la opinión expresada por los periodistas, que en estas páginas se presenta contabilizada, sistematizada y organizada.

<sup>286</sup> Por “Gran Caracas” se entiende la aglomeración urbana que cubre el Distrito Metropolitano de Caracas y ciudades satélites a la capital venezolana como Los Teques, San Antonio de Los Altos, Maiquetía, La Guaira, Guarenas, Guatire, Valles del Tuy y otras poblaciones de los estados (provincias) de Miranda y Vargas.



## LOS RESULTADOS Y SUS OPINIONES

Toda vez que la intención última del estudio conduce a una visualización descriptiva de los escenarios y contexto vigentes en el ejercicio profesional del periodismo en Venezuela, la revisión de los resultados se centra en la organización analítica de los datos obtenidos y de las relaciones que algunos de los indicadores observados pudieran tener entre sí.

### CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

La descripción del panorama venezolano en materia de periodismo quedó de alguna manera impresa a partir de las características de la muestra consolidada para la instrumentación de la encuesta nacional aplicada a representantes y operadores de los medios de comunicación en todo país.

Tal es el caso que del 100% de los periodistas consultados en las diferentes ciudades seleccionadas, menos de la mitad del grupo entrevistado correspondió a hombres, mientras que de forma mayoritaria fueron mujeres. Aunque hubo variaciones en los tres años, eso se debe a que la muestra está centrada en medios de comunicación que son visitados en sus redacciones y es en dicha visita donde se determina a quiénes del equipo periodístico de cada medio se le aplica el cuestionario.

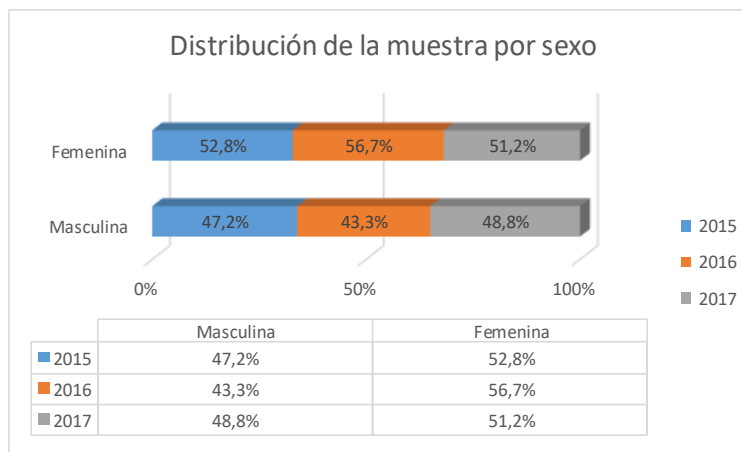


Imagen 2. Distribución de la muestra por sexo

Aunque no se estimó entre las finalidades de este estudio la interpretación particular de algunos de los elementos y datos obtenidos, resulta valioso aproximar la relación que puede existir entre el balance de periodistas entrevistados y la tendencia marcada observable en el predominio de la población femenina dentro de las escuelas de comunicación social en el país.

Esta tendencia se replicó en la mayoría de los medios de comunicación en los cuales la cifra de los profesionales masculinos estuvo por debajo del 50 %. En los medios digitales, en general, registramos un mayor número de mujeres dentro de los equipos de trabajo. En radio, en tanto, sin que tengamos una explicación del fenómeno es mayoritaria la presencia de hombres.

No obstante, este resultado fue sometido a la consideración de un panel de expertos y profesionales de instituciones universitarias y de investigadores, para quienes el comportamiento estadístico observado se corresponde de forma bastante cercana con la realidad del sector.

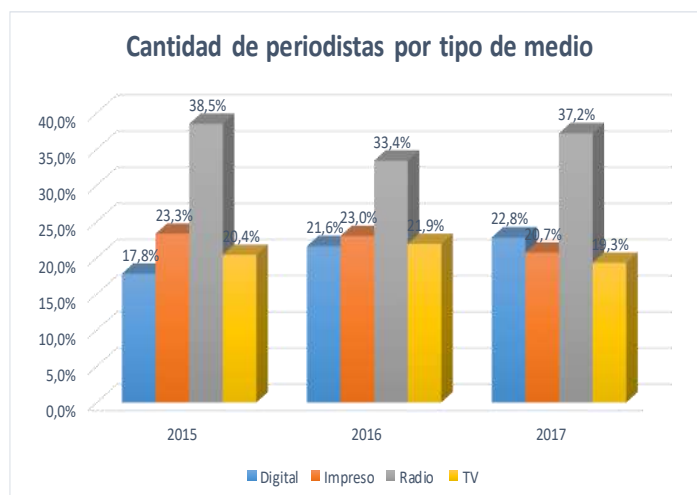


Imagen 3. Cantidad de periodistas por tipo de medio

Un asunto adicional que se tornó relevante en la caracterización de la muestra seleccionada, estuvo relacionada con las edades de hombres y mujeres que trabajan el periodismo en los diferentes medios de comunicación a los cuales se acudió para administrar la encuesta destinada a consultarlos sobre aspectos diversos vinculados al ejercicio profesional.

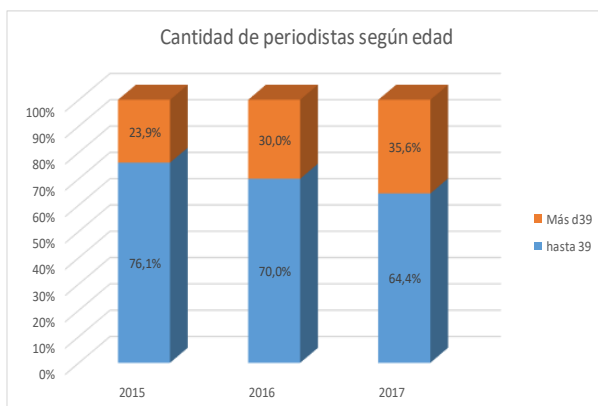
El comportamiento de la muestra en este sentido adquirió formas particulares en cada tipo de medio

revisado, aunque los datos globales recogidos apuntaron hacia una primacía previsible de jóvenes profesionales ejerciendo el periodismo en sus diferentes funciones y roles, dada la gran cantidad de nuevos comunicadores sociales que se gradúan cada año en Venezuela.

Como bien se puede observar en la gráfica denominada *Cantidad de periodistas según edad por tipo de medio*, la de profesionales menores a los 39 años de edad supera en general al número de éstos que supera los 40 años de edad. Sin embargo, medios de comunicación como la radio, por ejemplo, mostraron un considerable equilibrio en el número de representantes de cada uno de los grupos estimados para esta parte del estudio.

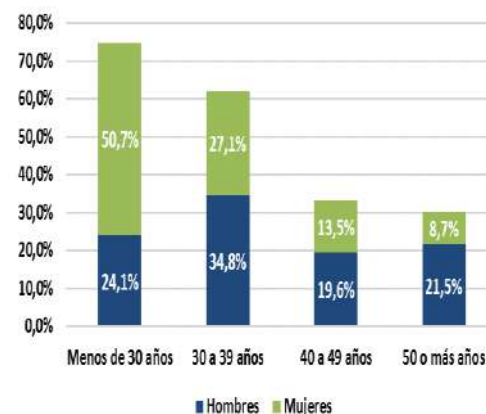
Otras expresiones numéricas se observaron en la prensa, en la que las cifras se presentaron de forma decreciente en la medida que la edad subía, con una cantidad superior de jóvenes menores de 30 años de edad. En la televisión resultó más relevante el grupo de edad de 30 a 39 años, mientras que el medio digital fue significativamente dominado por los jóvenes menores de 30 años. Quizás influya en esto último, la condición de nativos digitales de los integrantes de este grupo etario.

Imagen 4. Cantidad de periodistas según edad



La relación entre edad y sexo se observa en la gráfica siguiente, que es del año 2016. Muestra una mayor proporción de mujeres de menos de 30 años y de hombre de 30 o más. Esto podría explicar lo que veremos más adelante como una posición en desventaja para las mujeres, en términos salariales, en relación con los hombres.

Imagen 5. Cantidad de periodistas según edad y sexo del 2016



En cuanto a la función<sup>287</sup> que realizan o desempeñan los periodistas en los medios para los cuales trabajan, es prudente establecer que algunas de las actividades y sus denominaciones le son naturales a cada medio en particular, por lo que podría tornarse impropio recurrir a comparaciones entre ellas. De cualquier modo, la mayoría de los consultados tiene por dedicación labores correspondientes a la producción de información. Sólo resalta en la televisión la cantidad de personas trabajando en el área de periodismo de calle en comparación con el resto de las actividades a realizar dentro de ese medio. En las televisoras resulta natural predominio de esta actividad, ya que en la búsqueda y captación del insumo audiovisual informativo está directamente implicado el periodista.

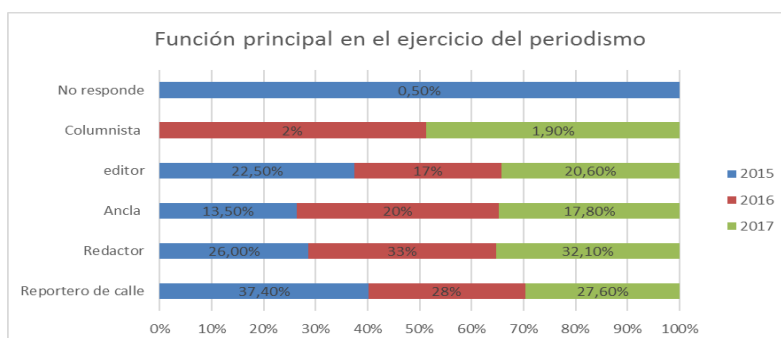


Imagen 6. Función principal en el ejercicio del periodismo

<sup>287</sup> Se trata de la función principal en términos del tiempo de dedicación y cuando no fue posible establecer esta diferenciación el encuestado seleccionó la dedicación que consideraba más importante. En general, los periodistas desempeñan más de una función.

Dadas las características del trabajo que se realiza en ese medio, también destaca en la gráfica denominada *Función principal por tipo de medio*, la cantidad de personas que actúan como anclas/conductores de espacios de radio, mostrando una importante diferencia entre esta actividad y las de redacción y periodismo de calle. Es probable que esta tendencia resulte del estilo de producción predominante en este medio y el modo como se observa a sí mismo este profesional, en el que también existe la figura del Productor Nacional Independiente (PNI), establecido en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión del año 2004.

## SITUACIÓN LABORAL

El tema de la situación laboral en el ámbito del ejercicio periodístico dentro de los medios de comunicación en Venezuela adquirió un matiz bastante orientador en cuanto los escenarios reales de esta práctica profesional y acerca de los asuntos pendientes en esta materia.

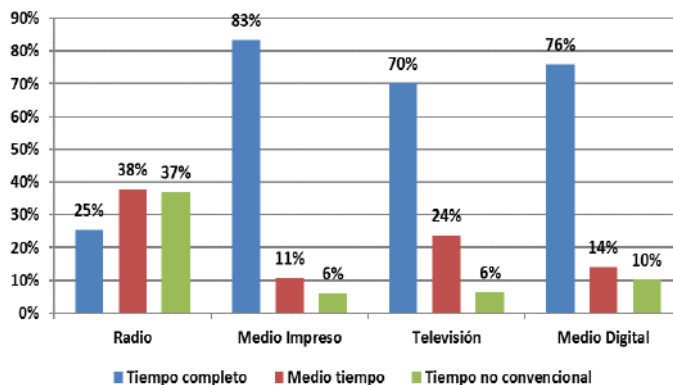


Imagen 7. Cantidad de periodistas según dedicación por tipo de medio del 2016

Al revisar, por ejemplo con datos de la encuesta de 2016, el tema de la dedicación de los periodistas a sus respectivos trabajos principales, surge un comportamiento diferenciado de quienes laboran en la radio, donde apenas el 25% tiene una relación de tiempo completo, en contraste con los medios televisivos, diarios impresos y medios digitales. Superan brevemente, con cifras de 38% y 37% los profesionales que trabajan en la radiodifusión a medio tiempo o a tiempo no convencional, respectivamente. En líneas gruesas se percibe como el ámbito radiofónico ha dejado de ser una fuente de empleo y pasar a ser una actividad complementaria para los profesionales de la información en Venezuela.

Posiblemente, este resultado tenga relación directa con la prevalencia de la figura de los productores independientes en el medio radio, también vigente para la televisión aunque no se expresa de igual forma debido a que en este último predominan otras estructuras de organización y tiende a ser bastante menor la cantidad de PNI vinculados al periodismo.

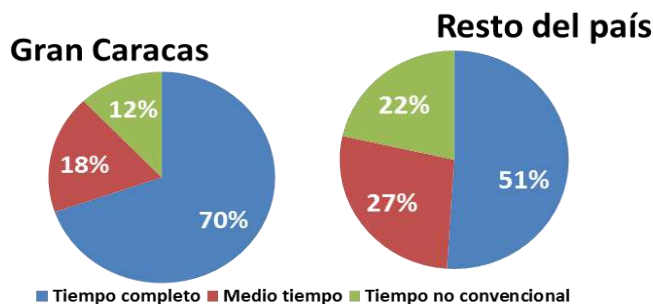


Imagen 8. Cantidad de periodistas según dedicación por región del 2016

plena dedicación.

Otra cuestión la constituye el tipo de contratación a la que dicen los periodistas consultados están accediendo en su relación con los medios de comunicación. En este sentido, en el medio impreso, en la televisión y en el medio digital predominaron –según la data de 2016- el contrato fijo como esquema legal de relación laboral, superando el 60% de las respuestas obtenidas en los tres casos mencionados.

En la radio, por el contrario, casi el 60 por ciento de los consultados afirmó propender a la figura de trabajador independiente, mientras que los contratado y fijo resultaron dos de las formas menos utilizadas.

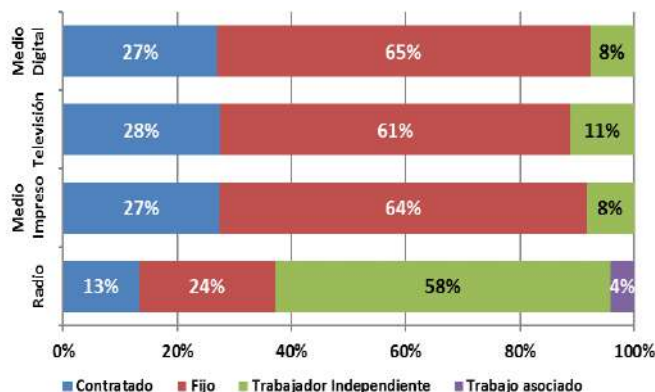


Imagen 9. Tipo de contratación por tipo de medio del 2016

En este último tipo de medio estaría incidiendo de forma importante la exigencia legal vigente que obliga a los profesionales a configurarse y registrarse como Productor Nacional Independiente, PNI, aspecto que además influye en las características de este grupo de profesionales, por ejemplo en cuanto al tipo de dedicación y a la función que éstos realizan dentro del medio.

Cuando nos sumergimos en la revisión del tema relativo a los beneficios contractuales a los cuales tienen acceso los periodistas, nos encontramos con que uno de cada 3 profesionales activos en los medios de comunicación venezolanos no cuenta con ningún tipo de compensación adicional o complementaria. La encuesta aplicada en estos años también reveló que aproximadamente 2 de cada 5 de estos comunicadores mantiene relación laboral mediante un contrato individual y que apenas el 15 por ciento del total de los consultados está protegido por una contratación colectiva.

Otro asunto de interés resultó la verificación de las actividades a las que se ha visto obligado el periodista, en el contexto de crisis económica en Venezuela<sup>288</sup>, para complementar sus ingresos y fortalecer un poco más sus finanzas personales. En este sentido, el estudio arrojó al comparar los tres años cómo va disminuyendo el número de periodistas que viven de un solo trabajo (dentro del periodismo) como su ingreso económico exclusivo. Dos de cada tres periodistas venezolanos, en promedio, según expresaron al momento de ser entrevistados, se ven obligado a recurrir a otras actividades para asegurarse un ingreso mayor.

Entre las claves que se encontraron sobre este asunto destaca el porcentaje de actividades que nada tienen que ver con el periodismo (comercio informal, principalmente) de los comunicadores activos en los medios de comunicación social venezolanos está realizando labores distintas a aquellas para las que se formó en la universidad, como vías para obtener ingresos.

Algunas actividades alternativas o adicionales dentro del campo de la comunicación a las que además han tenido que apelar, se cuentan las relacionadas con la consultoría, los servicios vinculados al área de la publicidad, además de la docencia, sin especificación del nivel de desarrollo académico al que se encuentra asociado.

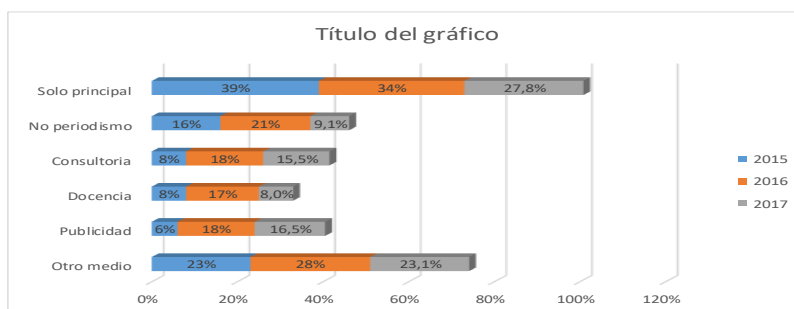


Imagen 12. Actividades adicionales para complementar sus ingresos [respuestas múltiples]

Al precisar este tema en términos de dinero disponible, las respuestas obtenidas revelan que uno de cada tres profesionales gana menos de 2 salarios mínimos (a la fecha de aplicación de la encuesta en 2016 se estimaba cada salario mínimo mensual en 16 dólares a la tasa Simadi, que es usada como referencia) y apenas 1 de cada 4 sobrepasa los 4 salarios mínimos, con ligeras variaciones según el medio de comunicación y la región en la que se encuentre. Al interior del país, la relación de ingresos es menor en la mayoría de los consultados que la observada en la capital. Es notable cómo se ha pauperizado el ingreso económico de los periodistas venezolanos.

<sup>288</sup> De acuerdo con cifras del Fondo Monetario Internacional (FMI) ha tenido durante dos años consecutivos (2016 y 2017) la inflación más alta del mundo. En 2016 (700 por ciento) y en 2017 (2.200 por ciento), junto a una caída del Producto Interno Bruto (PIB) en 10 por ciento para 2016, según cálculos del Banco Mundial y del 7 por ciento para 2017 de acuerdo con la CEPAL.

Relacionando esta realidad con el hecho de que 2 de cada 3 periodistas tienen que optar por múltiples trabajos, es evidente que en el contexto socio-económico de Venezuela, los periodistas en general desarrollan su profesión en puestos de trabajo con remuneraciones insuficientes.

También se observó en 2016 la relación de ingresos por sexo presenta una condición de desventaja para las mujeres al compararle con hombres por sus ingresos en la labor como periodistas.

Junto al empobrecimiento que viven los periodistas venezolanos, medido por sus ingresos, la encuesta también arrojó luces sobre la débil agremiación en Venezuela, pese a la existencia de una ley que obliga a la colegiación para laborar como periodistas. Hubo un alza en los años 2016 y 2017, en comparación con 2015, en relación con el porcentaje de periodistas que dice ser parte de algún gremio (Colegio Nacional de Periodistas o Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa). Esta tasa es mucho menor en los medios digitales y en televisión. En el interior del país hay un porcentaje un poco mayor de agremiación que en Caracas.

**CONTEXTO EDITORIAL Y CONDICIONES INTERNAS**

En esta dimensión el estudio refleja la situación experimentada en los medios de comunicación de Venezuela desde la perspectiva de sus propios actores, en temas como la participación, la inclusión, la diversidad, la actualización y la formación

continua que se haya podido estar promoviendo para enfrentar mejor los retos que impone el periodismo. Por ejemplo, sobre la identificación del sexo de quien ejerce como jefe inmediato, la investigación arrojó que es predominantemente masculina, mientras que el grueso de reporterismo como vimos lo hacen mujeres jóvenes principalmente. Cuando la observación se orienta hacia la comparación entre los diferentes tipos de medios, en los digitales se observa mayor paridad en el género de las jefaturas y en la radio la mayor desigualdad con apreciable predominio de los hombres.

Ya en el campo de las decisiones editoriales del medio, las opiniones de los encuestados describen que tienden a estar marcadas por una visión plural y equilibrada, especialmente en la radio y los impresos. Sin embargo, aproximadamente el 44% del total de los consultados en el territorio nacional insiste en que está afectada de cualquier manera por alguna tendencia del pensamiento. De acuerdo a los resultados, se observa mayor pluralidad en el resto del país que en Caracas, donde aparentemente es más marcada una línea editorial.

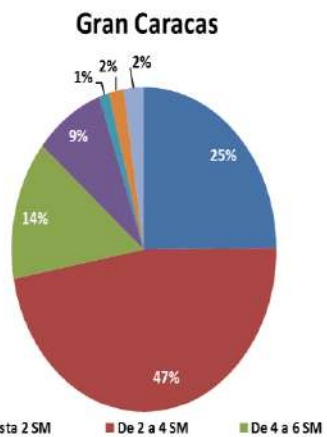


Imagen 13. Ingresos en salario mínimo en la Gran Caracas del 2016

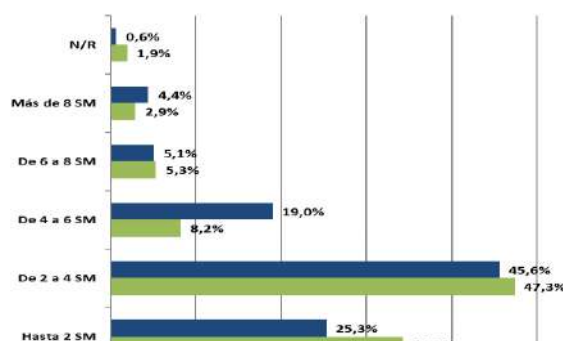


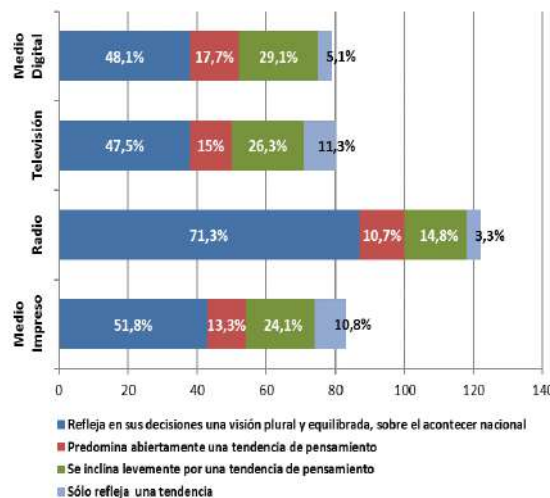
Imagen 14. Ingresos por género del 2016



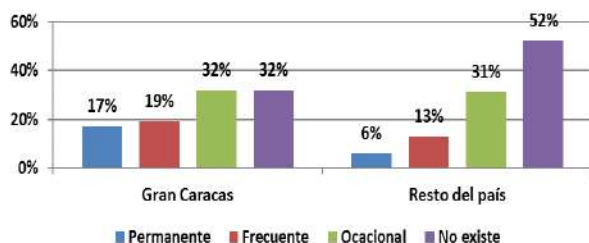
Imagen 15. Tasa de agremiación de periodistas

El tema de la actualización profesional de los periodistas parece un asunto con deudas pendientes al decir de los consultados, pues la mayoría de los periodistas expresan que no cuentan con una línea de formación permanente en los medios considerados por ellos como medios principales de trabajo. Aunque la respuesta tuvo la misma tendencia en Caracas que en el interior, una proporción del 64% de quienes trabajan en la capital considera ocasional o nulo el esfuerzo del sector empresarial de los medios para promover más adecuados y mayores niveles de respuesta profesional, mientras que en resto del país la cifra de opiniones coincidentes en esta materia alcanza el 81%.

Imagen 16. Tendencias reflejadas en las decisiones del equipo editorial por tipo de medio del 2016



Línea de formación por región 2016



Línea de formación por región 2017

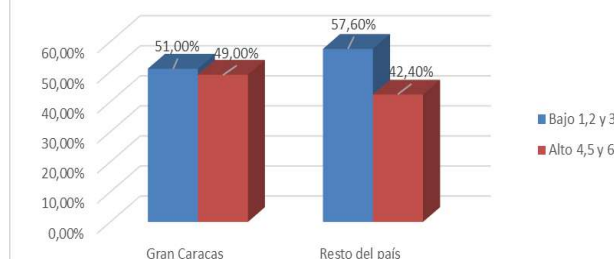


Imagen 17. Línea de formación por región del 2016 y 2017

En todo caso, el 46% de los profesionales activos en el periodismo no realizó ningún tipo de estudios complementarios o de actualización durante el último año, ni por cuenta de la empresa para la que trabajan ni por cuenta propia; entre el 13% y el 18% de ellos tuvo la oportunidad de tomar un curso de duración media, de hasta 40 horas o de menos de 24 horas académicas. Apenas el 7% manifestó estar enfrentando el reto de algún estudio de postgrado.

Actualización tecnológica al servicio del periodismo en los medios de comunicación

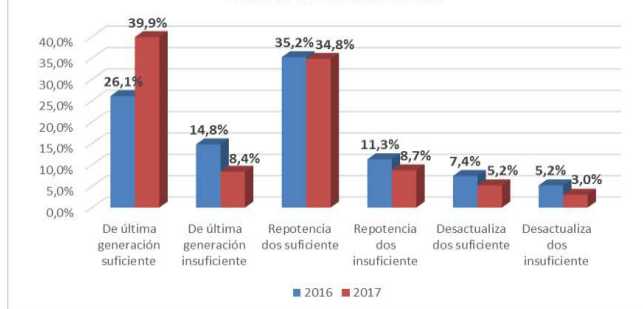


Imagen 18. Actualización tecnológica al servicio del periodismo en los medios de comunicación del 2016

Un último asunto de interés en esta dimensión refiere a la actualización tecnológica que han podido alcanzar los diferentes medios de comunicación en Venezuela para facilitar el ejercicio del periodismo y otros procesos. Sólo el 26,1% de los encuestados aseguraron estar trabajando con equipos de última generación y con satisfacción de los periodistas con dichos equipos. En general en los medios venezolanos parece prevalecer la llamada "repotenciación" de equipos.

### CENSURA Y AUTORREGULACIÓN

En este apartado algunas cuestiones fueron revisadas de una forma bastante directa, pero otras debieron indagarse de modo tangencial, con la finalidad de lograr aproximaciones más certeras en torno a los indicadores de interés.

La tendencia a la producción de instrucciones en los medios periodísticos para que los redactores realicen ajustes sutiles o considerables a sus notas con la intención de evitar la publicación de ciertos contenidos, es una de las formas de instrumentar acciones de censura.

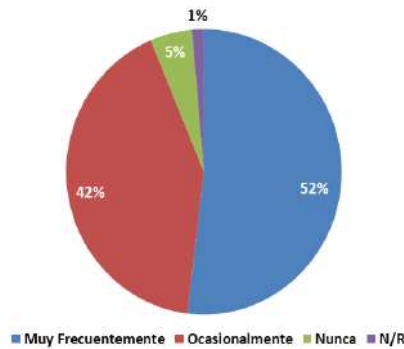


Imagen 19. Porcentaje de periodistas que afirman la presencia de problemas del medio por su línea editorial del 2016

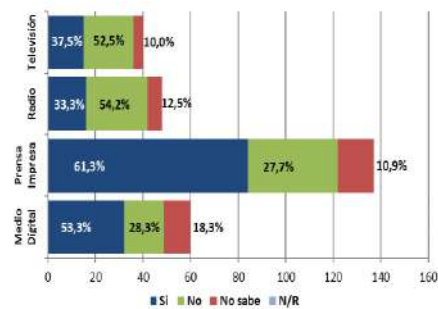


Imagen 20. Periodistas que afirman la presencia de problemas del medio por su línea editorial, por tipo de medio del 2016

Sobre este asunto, la opinión general de los periodistas consultados apunta hacia la producción de notas sin la intermediación de instrucciones que pudieran castrar su autonomía. De hecho, 71,5% de los periodistas opinaron de esta manera, a diferencia de un 28,5% restante que, no obstante, manifestó haber sido guiado de alguna forma hacia la construcción de un texto deseado.

Otra forma de causar incidencia en esta materia es la omisión por parte del medio en la publicación de alguna nota ya terminada y verificada. En este sentido, el 21,6% de los periodistas manifestó haberlo experimentado durante el último año. Apenas 1,1% de los encuestados no contestó a este respecto.

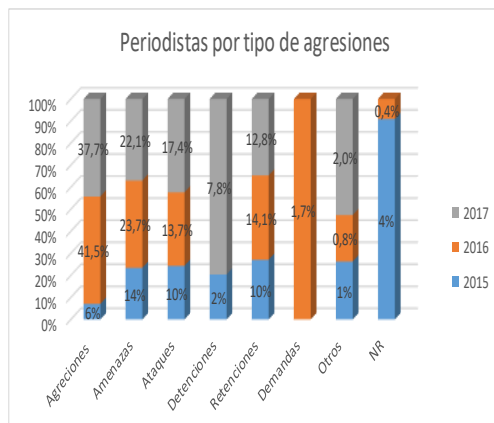
Desde una mirada diferente observan el asunto los periodistas cuando se les pregunta por los efectos que sobre el medio en el cual trabajan produce la gestión de la línea editorial. Poco más de la mitad considera que la afectación es real y otro 42% piensa que este fenómeno ocurre de forma ocasional.

Es decir, en opinión de más del 90% de sus propios periodistas, la línea editorial produce problemas ocasionales o frecuentes al medio. Entre tanto, al menos 36% considera que este fenómeno influye en gran medida o totalmente en la labor periodística realizada.

Si se relacionan estas respuestas con el sentir mayoritario de los comunicadores que consideran abierta y participativa la gestión editorial de la empresa para la que trabajan, es deducible que estos periodistas ubican fuera del medio la fuente de los fenómenos de censura observables por ellos.

De hecho, al revisar lo concerniente al tema de las agresiones, amenazas y otras formas de intimidación, 48,20% advierte haber sido víctima de alguna de estas acciones provenientes de instituciones o personas ajenas a los medios.

Imagen 21. Porcentaje de periodistas por tipo de agresiones



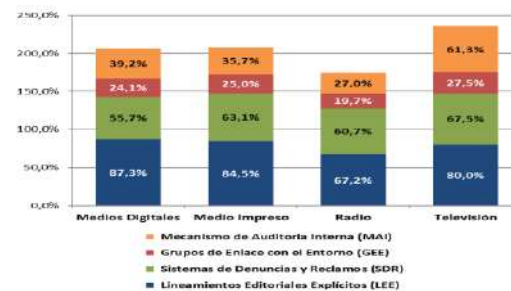
De otro lado, 40,8% de los periodistas indican que existe algún mecanismo de auditoría interna en la gestión de información del medio en el que laboran. Destaca la televisión como el medio en el que la mayor cantidad de periodistas contestó de forma afirmativa sobre la existencia de estos mecanismos.

Sin embargo, resalta que 59,2% de la muestra consultada opine que no existen mecanismos de auditoría interna en sus medios o desconoce de su existencia.

En cuanto al tema de la autorregulación, en general prevalece un adecuado conocimiento sobre los principios de este mecanismo. Al respecto, fue en el medio digital donde

los periodistas contestaron de forma más adecuada a preguntas claves sobre este tema. En todo caso, haciendo un balance, 45,7% de los periodistas consultados desconoce o ignora la existencia de los principios de autorregulación ni sus mecanismos.

Imagen 22. Porcentaje de periodistas que reconocen la existencia de mecanismos de autorregulación del 2016 [respuestas múltiples]



## CONCLUSIONES

La masa mayoritaria de mujeres egresando de las escuelas de Comunicación Social en las universidades del país sigue marcando la tendencia general a un número menor en cantidad de hombres en los diferentes puestos de trabajo dentro de campo de los medios de comunicación. La tendencia es contraria sólo en el medio Radio.

Es predominante la dedicación a tiempo completo y mediante contratación fija de los periodistas hombre y mujeres en los medios de comunicación venezolanos, sobre todo en los medios impresos por la naturaleza de las empresas que los sostienen, sobre todo los casos de la Región Capital.

La población menor de 40 años sigue predominando en la masa de periodistas que trabajan en los medios de comunicación venezolanos, con una marcada tendencia a jóvenes en los medios digitales, mientras que en la radio los comunicadores sociales tienden a predominar los de mayor edad.

En relación con las fuentes de ingreso, dos tercios deben recurrir a múltiples trabajos, lo cual indica que persiste la tendencia a puestos de trabajo con remuneraciones insuficientes. Existen asuntos pendientes de necesaria atención en materia de mecanismos compensatorios de la labor periodística, en cuanto a beneficios socio-económicos y salariales, toda vez que además de un tema de justicia constituye una fuente de autonomía en el ejercicio de la profesión.

Uno de cada tres profesionales gana menos de dos salarios mínimos; mientras que uno de cada cuatro está por encima de 4 salarios mínimos, con ligeras variaciones según el tipo de medio y región. La relación de ingresos por sexo presenta una condición de desventaja salarial para las mujeres periodistas. Sobre este asunto, aunque particularmente en los medios digitales se observa en este sentido una mayor paridad, en radio es visible una mayor desigualdad. En general, el sexo de quienes ejercen funciones de jefatura es predominantemente masculino.

El tema de la actualización profesional debe también preocupar a empresas periodísticas, a los gremios, a las instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales y, especialmente, a los comunicadores sociales dedicados al periodismo, en el entendido de que es ésta una garantía de calidad informativa.

Para la mayoría de los periodistas entrevistados las decisiones editoriales que toman en los medios de comunicación tienden a ser plurales. Esta es una opinión especialmente generalizada en la radio y los medios impresos. Este es un comportamiento que adquiere un carácter más plural en el resto del país que en la región Capital.

Es pertinente seguir trabajando en la preservación del equilibrio y la pluralidad en la toma de decisiones editoriales dentro de los medios de comunicación, para propender con ello a una mayor diversidad informativa, dentro de los intereses de los usuarios de los medios.

Por otro lado, aunque 7 de cada 10 periodistas consultados indicó no estar sufriendo experiencias de censura o autocensura, tres están admitiendo que el fenómeno se está expresando en alguna de sus formas. Es decir, hay aun trabajo por hacer para llevarla a su mínima expresión.

Uno de cada cuatro periodistas consultados no identifica las experiencias de censura como un fenómeno a lo interno del medio, sino como la resulta de situaciones que afectan al medio y son provenientes del entorno, aunque ello termina afectando la libertad editorial.

En general, prevalece entre los comunicadores sociales un adecuado conocimiento sobre principios de autorregulación a los cuales se deben en el ejercicio del periodismo, sobre todo en el medio digital y entre las mujeres. Sin embargo, se observa una cantidad todavía importante de ellos que ignora si éstos existen.



Los periodistas venezolanos identifican, quizás inconsciente, los preceptos de la autorregulación, porque en general desconocen la existencia de mecanismos específicos en esa dirección dentro de sus medios de comunicación.

## REFERENCIAS

Cañizález, A. (2015) El periodismo en Venezuela se ejerce en precarias condiciones. En: *El Nacional* (07.07.2015). En línea (consultado agosto, 20, 2016): [http://www.el-nacional.com/andres\\_canizalez/periodismo-Venezuela-ejerce-precarias-condiciones\\_0\\_659934270.html](http://www.el-nacional.com/andres_canizalez/periodismo-Venezuela-ejerce-precarias-condiciones_0_659934270.html)

Cañizález, A. y Correa, C. (2003) *Informe 2002. Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer. En línea (consultado agosto, 23, 2016): <https://espaciopublico.org/informe-2002-situacion-del-derecho-a-la-libertad-de-expresion-y-a-la-informacion-en-venezuela/>

Cañizález, A. y Reyes, L. (2014) "Incompleta radiografía del periodismo y desarrollo mediático en Venezuela". En: *Comunicación. Estudios venezolanos de la comunicación*. N° 165. pp. 70-81. Caracas: Fundación Centro Gumilla. En línea (consultado agosto, 20, 2016): [http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM2014165\\_70-81.pdf](http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM2014165_70-81.pdf)

Correa, C. (2006) *Informe 2005. Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer. En línea (consultado agosto, 23, 2016): <https://espaciopublico.org/informe-2006-situacion-del-derecho-a-la-libertad-de-expresion-e-informacion/>

Instituto Prensa y Sociedad (2014) *La orden es el silencio. Estudio 2014: Censura y autocensura en medios y periodistas de Venezuela*. Caracas: Instituto Prensa y Sociedad. En línea (consultado agosto, 23, 2016): <http://ipysvenezuela.org/especiales/la-orden-es-el-silencio/>

Instituto Prensa y Sociedad (2015) *Periodismo en arenas movedizas. Estudio 2015: Censura y autocensura en medios y periodistas de Venezuela*. Caracas: Instituto Prensa y Sociedad. En línea (consultado agosto, 23, 2016): <http://ipysvenezuela.org/especiales/estudio-censura-y-autocensura-2015-periodismo-en-arenas-movedizas/>

Medianálisis (2016) Situación del periodismo en Venezuela 2016. Barquisimeto: Asociación Civil Medianálisis. En línea (consultado agosto, 20, 2016): <http://www.medianalisis.org/images/Archivos/investigaciones/Final%20Situacion%20del%20Periodismo%20en%20Venezuela%202016.pdf>

Scharfenberg, E. (2007) *Un punto de inflexión. La libertad de prensa en Venezuela 2006-2007*. Caracas: Instituto Prensa y Sociedad. En Línea (consultado agosto, 23, 2016): <http://ipysvenezuela.org/publicaciones/un-punto-de-inflexion-la-libertad-de-prensa-en-venezuela-2006-2007/>

UNESCO (2010) Indicadores de Desarrollo Mediático. Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. En línea (consultado agosto, 20, 2016): <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf>



*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## **Instrumentalización política de la prensa en Veracruz en un contexto de violencia (2010-2016)**

### **Political instrumentalization of the press in a context of violence. Veracruz, México (2011-2016)**

*Celia del Palacio*<sup>289</sup>

**RESUMEN:** El trabajo muestra las prácticas clientelares en los medios de comunicación del estado de Veracruz ya que han contribuido a la instrumentalización de las empresas periodísticas por parte de los poderes constituidos y fácticos. El clientelismo entre los periodistas y actores políticos está naturalizado y se ha estudiado muy poco, a pesar de las repercusiones que tiene en la reducción de la autonomía de los medios.

**PALABRAS CLAVE:** periodismo, violencia, Veracruz, clientelismo

**ABSTRACT:** This paper shows how the clientelistic practices in the media in the state of Veracruz, contribute greatly to the instrumentalization of journalistic enterprises by the political and other powers. The clientelistic practices among journalists and political actors are taken for granted and have been studied very little, in spite of the repercussions they have on the reduction of autonomy of the media.

**KEYWORDS:** Journalism, Violence, State of Veracruz, Clientelism

#### **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo pretende analizar las prácticas clientelares existentes entre los periodistas y los poderes constituidos y fácticos en el estado de Veracruz durante la administración de Javier Duarte de Ochoa (2010-2016). Entendemos como prácticas clientelares aquéllas en donde “agentes dan apoyo político a un mediador/puntero o patrón, a cambio de bienes, favores o servicios particulares” (Auyero, 2001, p.166).

Estos actos son sutiles, a veces se ejercen “sin palabras”, y se expresan como “gratitud” hacia un benefactor que otorga favores; estos favores suponen una devolución, se expresan como mandatos existentes en estado práctico (Auyero, 2001, p. 173) e implican relaciones de “afecto”. Son informales “pero pueden consolidarse e involucran una gran desigualdad de poder entre patrones y clientes” (Eisenstadt y Roniger, 1984, pp. 48-49 cit. En Combes, 2011, p. 15), esta desigualdad resulta fundamental para entender cómo operan estas prácticas, que más que un “sistema”, son un tipo de relación entre un poder político y los ciudadanos.

En el estado mexicano de Veracruz, sobre todo en los años de la administración de Javier Duarte de Ochoa (2010-2016), se vulneraron constantemente los derechos a la libertad de expresión y a la información al intentar silenciar a los periodistas críticos y a quienes cubren hechos de violencia. En Veracruz, en la mayoría de los casos, quienes agreden son agentes del gobierno, aunque no se descarta la participación de los grupos del crimen organizado (Artículo 19, 2016 y 2017).

Veracruz sigue estando en los primeros lugares en cuanto a violencia contra periodistas se refiere, con 58 agresiones en 2016 (en 2015 tuvo 67). Entre diciembre de 2010 y noviembre de 2016, 20 periodistas fueron asesinados por causas relacionadas con su trabajo, 4 desaparecieron y un número indeterminado de ellos se ha autoexiliado ante las amenazas de los grupos de poder, sin que ninguno de esos ataques haya sido esclarecido de manera satisfactoria hasta la fecha (Del Palacio, 2015, 2018; Artículo 19, 2017).

En este trabajo, haré una revisión de algunas estrategias usadas por el/los poder/es, en particular el gobernador Javier Duarte de Ochoa a fin de reducir de manera considerable la autonomía de los medios de comunicación a lo largo de su mandato (diciembre de 2010- octubre de 2016), usándolos como encubridores, como ensalzadores de su gobierno, cómplices incluso. Esto puede verse al revisar las relaciones entre los periódicos impresos y el poder político en Veracruz a lo largo de seis años, que más que en ningún otro momento de la historia reciente de Veracruz, se logró silenciar a la prensa, a través de dádivas clientelares y/o el ejercicio de la violencia

<sup>289</sup> Celia del Palacio M. Universidad Veracruzana. Doctorado. México. celiadelp@yahoo.com.mx

contra quienes no acataran el modelo. El resultado fue un creciente silencio en torno a los hechos de violencia (social y criminal) en el estado y la uniformidad en la información política.

“En un estricto sentido, la función social de los medios debería ser evidenciar la corrupción y la falta de transparencia de los gobiernos” (Flores y Escobar, 2016, p. 263) sin embargo, las relaciones entre prensa y poder en este país, incluso desde el siglo XIX, han seguido el modelo “liberal capturado” (Márquez, 2015), en el que el clientelismo se ha usado como instrumento de negociación por ambas partes y se han establecido alianzas de conveniencia mutua. Los gobiernos en la historia contemporánea de México han visto a los medios como aliados y la prensa ha estado muy lejos de cumplir el papel de “perro guardián” que tiene en los regímenes democráticos modernos (Márquez, 2015), lo cual afecta de manera directa la calidad de la información recibida por los lectores y merma su capacidad de decisión sobre asuntos públicos.

En este contexto, es fundamental hacer un análisis de las relaciones (clientelares) de los medios de comunicación con los poderes constituidos y fácticos, ya que éstas obedecen a reglas no escritas, situadas en la frontera entre legalidad e ilegalidad, en los márgenes del estado (Das y Poole, 2008); esto ha ocurrido así en Veracruz, donde operó en el periodo de estudio, uno de los regímenes subnacionales más autoritarios del país.

Las condiciones que presenta Veracruz no son privativas de ese estado. Lo que ocurre ahí, es un ejemplo de lo que ocurre en otros estados que enfrentan a gobiernos autoritarios o poderosos grupos delincuenciales. El estudio de las condiciones en que se ejerce el periodismo en Veracruz, puede aportar luces sobre las consecuencias de estas prácticas en otros lugares de México. El resultado ha sido una colonización casi completa de la esfera pública por parte del estado.

Este trabajo tiene como base 35 entrevistas realizadas a periodistas de siete de las principales ocho ciudades de Veracruz. Se tomó información del *Diagnóstico sobre las condiciones laborales de los periodistas en Xalapa* (Morales, 2015) y de algunos trabajos realizados sobre las condiciones en que se hace periodismo en Veracruz (Mar, 2012; Quevedo, 2012; Alfaro, 2016).

No fue posible llevar a cabo un trabajo de observación directa de las prácticas entre periodistas y agentes del estado o del crimen organizado, que en su mayoría se efectúan en secreto. Se recurrió entonces a la contrastación de la información aportada a través de diferentes informantes y reconozco la necesidad de retomar los enfoques antropológicos para el estudio de estos aspectos, como señala Roudakova (2008).

En Veracruz no hay públicos que puedan sostener a los medios con suscripciones o venta, ni suficientes contratos privados. Los mercados fragmentados en un estado de población atomizada y actores sociales y profesionales débiles son factores determinantes para entender la dependencia casi absoluta de los medios ante los tres niveles de gobierno.

Flores y Escobar (2016) señalan que los factores centrales que determinan el mayor o menor control de los gobiernos sobre los medios estatales son: alternancia o falta de ella, índices de marginación y número de medios existentes, en particular radio y televisión permisionaria. Veracruz cumple con los indicadores: durante 88 años gobernó el PRI a nivel estatal y su índice de marginación es alto (CONAPO, 2016), además de contar con muy pocos medios permisionarios.

Los gobiernos subnacionales a partir del sexenio de Ernesto Zedillo, se caracterizan por manejar altos presupuestos en asignaciones federales y deuda, en total opacidad, buscando a toda costa eliminar contrapesos locales (Martínez y Fernández, 2016). La función de los medios es servir de contrapeso, por lo que su instrumentalización es importante a fin de que éstos mantengan la apariencia hacia el exterior de que todo marcha bien en los estados (Gibson, 2012).

En Veracruz, los gobernadores Fidel Herrera (2004-2010) y Javier Duarte (2010-2016) tuvieron a su disposición presupuestos mucho mayores que sus antecesores, además de haber endeudado al estado como nunca antes (Del Palacio, 2018). De ese modo, pudieron dar cantidades exorbitantes a los medios de comunicación a través de contratos cuyos términos nadie conoce al estar protegida la confidencialidad de los mismos por las leyes estatales. Al término de sus administraciones, fue posible allegarse algunos datos para conocer estos montos. Los mandatarios otorgaron también regalos y otras dádivas a los periodistas de manera personal. Estas prácticas específicas, estos comportamientos que son parte de una “red de relaciones cotidianas” (Auyero, 2001, p. 178) que muchas veces sirven para la resolución de problemas prácticos, en un contexto de violencia y precariedad.

La cultura política autoritaria subnacional promueve la existencia de periódicos “sin lectores”, impresos para ganar favores políticos a través de insultos o alabanzas al gobernante en turno. Una gran cantidad de periódicos impresos y digitales con esas características fue una constante del sexenio duartista. Prevalció el modelo de negocios que ya señalaban Hallin y Mancini (2004) para los países mediterráneos: un grupo pequeño de lectores,

influencia mínima de medios y “un sistema organizado alrededor de la relación entre el periodista y ese grupo de lectores privilegiados” (Hallin y Mancini, 2004, p. 95).

Insisto en la importancia de las audiencias y de otros factores como la cultura política que no voy a analizar aquí, por encima del número de medios existentes. Según cifras oficiales, en Veracruz existían al 2016, “...más de mil medios de información locales: tres televisoras con señal abierta, 65 sistemas de cable, 159 radiodifusoras, alrededor de 500 medios impresos y más de 500 portales electrónicos” (Plan Veracruzano de Desarrollo, 2016-2018, p. 23). Radio Televisión de Veracruz, (tanto televisión como radio, con cobertura a todo el estado) más que un canal público fue, a lo largo de dos sexenios, un canal gubernamental; durante las elecciones de 2010, la publicidad tanto la declarada como la no declarada (es decir, como parte de los contenidos de los programas) fueron claramente mayores para el PRI (Quevedo, 2012).

## EL CONTROL DE LA INFORMACIÓN A TRAVÉS DEL CLIENTELISMO

En otro lugar (Del Palacio, 2015<sup>a</sup>) desglosé algunas de las estrategias de control sobre la información que ejercieron los poderes constituidos (particularmente el gobierno del estado) y fácticos (crimen organizado, otros actores) en Veracruz, entre ellas el cohecho o “chayo”, que tomó visos escandalosos en las últimas dos administraciones gubernamentales. Esta práctica no es directamente ilegal, no está consignada en ninguna ley la prohibición de ofrecer a un periodista una gratificación que, además, no siempre está ligada de manera explícita e inmediata al cumplimiento de un servicio. El intercambio mismo de favores es sumamente sutil; esto último es central para entender de qué manera se establecen estas relaciones. En ese trabajo además de otros, (2018) me he acercado a estas relaciones en tres diferentes niveles: a nivel “macro” o de las empresas periodísticas, a nivel “meso” a través de intermediarios o figuras con cierto prestigio en el campo, editorialistas y columnistas, y a nivel “micro”, a nivel de los periodistas “de a pie”. Para este trabajo me limitaré a exponer los descubrimientos en cuanto a prácticas clientelares entre dueños de empresas periodísticas y actores gubernamentales, es decir, me limitaré al nivel “macro”.

### NIVEL “MACRO”

A nivel de las empresas periodísticas, los convenios publicitarios que se realizan con los gobiernos, debido a la manera discrecional y secreta en que se manejan estas negociaciones, pueden ser llamadas clientelares, ya que los criterios de asignación son el ‘compadrazgo’ y los ‘valores entendidos’ para recibir una cobertura favorable (Wan-Infra, CIMA, 2014, p. 47).

Estos datos en el caso de Veracruz, siguen ocultos hasta el momento de la elaboración de este trabajo, a pesar de que el actual gobierno de Yunes Linares ha dado a conocer, hasta ahora parcialmente, las cantidades asignadas a empresas y personas durante el régimen duartista. Muchas de estas decisiones no están justificadas por la cantidad de lectores, el alcance de la publicación o la influencia del medio al interior o exterior del estado. Incluso se ha revelado que algunas de estas asignaciones fueron hechas a empresas fantasma, lo cual implicaría la corrupción abierta y comisión de un delito, asunto que no interesa en este trabajo (Roldán, 2017). Esto hace pensar que las negociaciones de la entonces todopoderosa Gina Domínguez, directora de comunicación social del gobierno del estado con los empresarios de medios (ya no con los periodistas de manera particular), obedecieron a negociaciones poco claras pertenecientes al llamado “capitalismo clientelista o amiguista”, de “compadres” (crony capitalism), que describe cómo, en un sistema nominalmente de libre mercado, el éxito en los negocios depende de la estrecha relación entre empresarios y funcionarios de gobierno (*The Business Dictionary*). Es importante dejar en claro que el concepto de clientelismo como de “capitalismo de amigos”, puede ser utilizado para definir las relaciones entre medios y poder político más allá de las campañas electorales, aunque su fin último sea conseguir votantes. Incluso me atrevería a calificar estas prácticas entre gobierno estatal y empresas periodísticas como de capitalismo rentista, debido a que las empresas periodísticas muchas veces solo fueron fundadas para extraer capital y desaparecieron cuando no fue posible continuar.

El presupuesto oficial asignado a la Coordinación de Comunicación Social en el sexenio de Duarte no coincide con las cantidades ejercidas reales que fueron mucho mayores, según se ha ido descubriendo en los primeros meses de la nueva administración gubernamental. Carvajal (2016), basándose en la filtración de un documento oficial del órgano de fiscalización estatal, ORFIS, habla de un ejercicio real de 304 millones en el último año de gobierno de Duarte. Roldán (2017) afirma que en los cinco años de dicha administración se entregaron a los medios 8 mil 548 millones de pesos, (unos 427 millones de dólares).

Además de estas sumas millonarias, Duarte quedó a deber “400 millones 146 mil pesos a medios, periodistas, agencias informativas, diarios locales y nacionales, publicistas y encuestadoras...” (Carvajal, 2016). No asombra que varios de estos periódicos hayan desaparecido a fines del sexenio, lo cual evidencia la necesidad absoluta que tienen los medios de los subsidios gubernamentales.

¿Que se consigue a través de estas negociaciones? Lejos de ser una política gubernamental limitada a los tiempos previos a las elecciones, en Veracruz la información relacionada con el gobierno se manejó a lo largo del sexenio de manera prácticamente idéntica. Como resultado de un análisis de contenido de los titulares de los dos principales diarios de la ciudad de Xalapa entre 2011 y 2016 (Del Palacio, 2018), se descubrió que de los 576 titulares analizados, 464 mencionaron al gobernador Javier Duarte, todos en términos elogiosos o neutros.

Los periodistas comentaron las estrategias utilizadas por la oficina de comunicación social del gobierno del estado y el acuerdo entre ésta y quienes tomaban las decisiones en los periódicos: envío de boletines y fotografías para informar sobre la gestión y acciones del mandatario de manera diaria y en particular en lo referente a temas de seguridad relacionados con el narcotráfico o los grupos criminales; retiro de entrevistas a intelectuales críticos y activistas sociales; retiro de fotografías que mostraran hechos de violencia social o incluso, fotografías poco favorecedoras de Duarte; retiro de información referente al actual gobernador panista Miguel Ángel Yunes, así como otros actores políticos de la oposición (Comunicaciones personales, Periodistas A,C,D).

Si algún periodista no se adaptaba a esas pautas, “alguien” llamaba al director o dueño del medio para pedir su despido o su retiro de la fuente a cambio de mantener los convenios (Comunicaciones personales, Periodistas A,C,D).

La mayor parte de las veces no fue necesario decir claramente qué se esperaba del periodista: simplemente su nota “no entraba” o “se bajaba” del portal del medio que se atrevía a publicarla; en otras ocasiones, se llegó a impedir la entrada a periodistas críticos a las conferencias de prensa del gobernador y en casos más extremos, se recurrió a las amenazas o despidos (Del Palacio, 2015, 2018).

El *Diagnóstico* hecho por Morales (2015) sobre las condiciones laborales de los periodistas de Xalapa muestra cómo incidieron los dueños o editores en la autocensura: de los 107 encuestados, el 32.89% reconoció haber sido “reconvenido amistosamente por directivos o dueños del medio” para autocensurarse tanto en su labor periodística como en redes sociales y a nivel personal (Morales, 2015).

El 94.9% de los encuestados reconocieron que las autoridades influyen en la línea editorial del medio o la condicionan y el 80% de ellos identificaron como principal mecanismo de control de la información por parte de las autoridades el condicionamiento de los recursos para publicidad gubernamental a las empresas (Morales, 2015).

Muy pocos medios lograron sustraerse de esta política: uno de ellos fue el diario porteño *Notiver*, que merecería un estudio aparte. Este periódico poco común tira alrededor de 30,000 ejemplares diarios y sus directivos dicen agotar el tiraje (entrevista a directivo de *Notiver*, noviembre de 2013). Fue uno de los pocos (casi el único) medios críticos al régimen y cabe resaltar que fue uno de los más golpeados por la violencia: de los 20 periodistas asesinados en Veracruz entre diciembre de 2010 y octubre de 2016, cinco formaban parte de la sección policiaca de este diario.

No solo los convenios publicitarios jugosos fueron la recompensa de una actuación satisfactoria para el mandatario y otras figuras de poder: algunos de los dueños de medios obtuvieron notarías, candidaturas y puestos políticos (Zavaleta, 2013 en Del Palacio, 2015) o bien, reconocimientos y distinciones, como la medalla y diploma Adolfo Ruíz Cortines e incluso el Premio Estatal de Periodismo.

## A MANERA DE CONCLUSIÓN

Estas son algunas notas apenas que pueden abonar a entender las prácticas clientelares existentes en las relaciones entre periodistas y estado, lo cual nos permite repensar, en efecto, los límites entre ilegal y legal y sobre todo, documentar la pretensión del estado de privatizar a través de prácticas como las descritas, el espacio público de los medios de comunicación en un lugar asolado por la inseguridad como es el estado mexicano de Veracruz. No es común usar el concepto de clientelismo para describir las prácticas entre periodistas, estado y poderes fácticos, sin embargo mi hipótesis planteada en este trabajo es que dichas relaciones pueden interpretarse, en efecto, como clientelares.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, D. (2016) *“No veo, no hablo, no escucho”: retrato del periodismo veracruzano*. Tesis de Maestría en periodismo, Buenos Aires, Argentina: Universidad de San Andrés y Grupo Clarín.
- Artículo 19. (2016) *MIEDO. Medios, impunidad, estado, democracia opacidad*. Ciudad de México, México: Artículo 19.
- Artículo 19. (2017) *Libertades en resistencia. Informe 2017*. Recuperado el 7 de abril de 2017 de <https://articulo19.org/libertades-en-resistencia-informe-2016-de-article-19/>
- Auyero, J. (2001) *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Buenos Aires, Argentina: ed. Manantial.
- Carvajal, I. (10 de julio de 2016). Duarte busca pagar, con impuestos, 400 millones que debe a la prensa nacional y local. *Sinembargo.Mx*. Recuperado de <http://www.sinembargo.mx/10-07-2016/3064987>
- Combes, H. (2011) “¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo?” en *Revista Desacatos*, 36, 13-32.
- Comisión Nacional de Población CONAPO (2016) *Índice de marginación por entidad federativa, 2015*. Recuperado el 23 de abril de 2017 de [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/159047/05\\_Anexo\\_A.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/159047/05_Anexo_A.pdf)
- Contreras, A. (28 de abril de 2016). “Las manzanas podridas del gobernador”. *Revista Etcétera*. Recuperado el 28 de abril de 2016 de <http://www.etcetera.com.mx/articulo/Las+manzanas+podridas+del+gobernador/45243>
- Das, V. y Poole, D. (2008) El estado y sus márgenes. Etnografías comparadas. *Revista Académica de Relaciones Internacionales*, 8, 1-39.
- Del Palacio, C. (2015). “En Veracruz se aprende a vivir con miedo. Violencia y medios de comunicación en Veracruz.” En C. Del Palacio (coord.). *Violencia y periodismo regional en México*. Ciudad de México, México: Editorial Juan Pablos. Pp. 405-452.
- Del Palacio, C. (2015a). “Periodismo impreso, poderes y violencia en Veracruz 2010-2014. Estrategias de control de la información”. *Comunicación y Sociedad*, 24,19-46.
- Del Palacio, C. (2018) *Callar o Morir en Veracruz. Violencia y medios de comunicación en Veracruz en el sexenio de Javier Duarte*. México, Juan Pablos, editor.
- Flores, G. y Escobar, D. (2016) “Libertad de expresión y control de los medios de comunicación locales en México” en N. Loza e I. Méndez (Coords.) *Poderes y Democracias. La política subnacional en México*. Ciudad de México, México: FLACSO-Instituto Electoral del Distrito Federal. pp. 263-282.
- Gibson, E. (2012) *Boundary Control. Subnational Authoritarianism in Federal Democracies*. Cambridge, Cambridge University Press
- Gobierno de Veracruz. (2016). *Plan Veracruzano de Desarrollo 2016-2018*, Tomo IV. Xalapa.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2004) *Comparing media systems. Three models of media and politics*. New York, EE.UU: Cambridge University Press.
- Mar, G. (2013) *Relaciones de poder entre periodistas y clase política: los columnistas de la zona conurbada Veracruz-Boca del Río*. Tesis de Doctorado en Historia y estudios regionales. Xalapa, México: Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales. Universidad Veracruzana.
- Márquez, M. (2015). “El impacto de la violencia criminal en la cultura periodística postautoritaria: la vulnerabilidad del periodismo regional en México”. En C. Del Palacio (Coord.). *Violencia y periodismo regional en México*. (15-48). Ciudad de México, México: Editorial Juan Pablos.
- Martínez, S. y Fernández, L.L. (2016) Persecución y campañas de difamación contra periodistas en Chiapas. Nueva York, EE.UU: Ponencia presentada en el Congreso de la Latin American Studies Association.
- Morales, J. (2015) *Diagnóstico sobre las condiciones laborales de los periodistas en Xalapa*. Xalapa, CEAPP.
- Quevedo, M. (2012) “El funcionamiento de la radiotelevisión de Veracruz en el proceso electoral para gobernador de Veracruz 2010”. Tesis de la Maestría en Ciencias Sociales. Xalapa, Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Roldán, I. (2017). Los piratas de la comunicación veracruzana. *Revista Fundamentos*, 325, 20-27.
- Roudakova, N. (2008) Media-political clientelism: lessons from anthropology, *Media, culture and society*. Vol 30, 1, 41-59
- The Business Dictionary. (s/f). *Crony Capitalism*. Recuperado de <http://www.businessdictionary.com/definition/crony-capitalism.html>
- Wan-Infra, CIMA (2014) *Comprando complacencia: publicidad oficial y censura indirecta en México*. Ciudad de México, México: Ediciones Proceso.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## La autonomía de los periodistas colombianos en contextos de violencia social y política

### The autonomy of Colombian journalists in contexts of social and political violence

*Miguel Efrén Garcés-Prettel*<sup>290</sup>  
*Jesús Antonio Arroyave-Cabrera*<sup>291</sup>

**RESUMEN:** Se presentan los resultados de una investigación descriptiva-exploratoria de corte transversal que identifica los niveles de autonomía periodística en Colombia y las restricciones percibidas por los periodistas en su autonomía profesional para tomar decisiones editoriales en el contexto del conflicto armado colombiano. Se encuestaron 546 periodistas colombianos de catorce ciudades capitales que diligenciaron el cuestionario de Autonomía Profesional del proyecto internacional «Worlds of Journalism Study». Los hallazgos centrales revelan dos niveles de autonomía profesional: autonomía para producir noticias y autonomía para publicar noticias, siendo este último nivel en donde más los se perciben restricciones en la autonomía, especialmente a la hora de publicar noticias sobre el gobierno, las fuerzas armadas, las bandas criminales, la corrupción y las élites del poder político, económico y religioso.

**PALABRAS CLAVE:** 1 Autonomía, 2 periodismo, 3 libertad de prensa

**ABSTRACT:** This article presents the results of a descriptive research that identifies the levels of journalistic autonomy in Colombia and the restrictions perceived by journalists in terms of their professional autonomy to make labor decisions in this current moment of the Colombian armed conflict. We surveyed 546 Colombian journalists from fourteen capital cities who completed the questionnaire on Professional Autonomy created by experts from the international project «Worlds of Journalism Study». The central findings reveal two levels of professional autonomy: autonomy to produce and autonomy to publish news, and it is at the latter level where more Colombian journalists perceive restrictions on their autonomy, especially when it comes to publishing news about government, armed forces, criminals organizations, corruption and the elites of political, economic and religious power.

**KEY WORDS:** 1, Autonomy, 2 journalism, 3 freedom of the press,

#### LA AUTONOMÍA PERIODÍSTICA COMO OBJETO DE ESTUDIO (TEMA CENTRAL)

La autonomía periodística, definida como la capacidad de los reporteros y editores para ejercer con libertad la labor informativa sin condicionamientos internos y externos (Merrill, 1974; McDevitt, 2003), es considerada un requisito esencial para que los periodistas establezcan límites y compromisos éticos a la hora de producir noticias (Bilbeny, 2012). El concepto de autonomía se ubica dentro de los principios liberales de independencia, pluralidad e imparcialidad, que dieron origen a la profesión periodística moderna que considera a la información como un bien público y a los periodistas como guardianes de la democracia y actores que trabajan en el fortalecimiento de la esfera pública (Bonilla, 2003; Waisbord, 2013).

Aunque la autonomía es vista como un aspecto determinante para realizar una labor periodística socialmente responsable (Aznar, 2004), la literatura existente ha revelado que ésta tiende a disminuir por las presiones económicas (Weaver, et al., 2009; McChesney, 2003; Steka y Örnebring, 2013), organizacionales y procedimentales provenientes del medio informativo (Altmeyden, 2008; Reich y Hanitzsch, 2013), como también por las influencias políticas que ejercen en el periodismo: la censura, los políticos, los empresarios y los gobernantes (Hanitzsch et al., 2012; Mellado y Humanes, 2012; Nygren, Dobek y Anikina, 2015).

Esta ponencia se ha trazado como objetivo analizar la autonomía periodística percibida en Colombia, un país afectado por procesos de violencia política producto de las secuelas de un conflicto armado interno de más de 50 años (**OBJETIVO**). El carácter político de este conflicto se debe no solo a la confrontación entre el Estado colombiano con las guerrillas y los grupos paramilitares, sino también porque su origen está relacionado con

<sup>290</sup> Miguel Efrén Garcés-Prettel, Universidad Tecnológica de Bolívar, Doctor en Comunicación. Colombia, mgarcés@utb.edu.co..

<sup>291</sup> Jesús Antonio Arroyave-Cabrera, Universidad del Norte, Doctor en Comunicación. Colombia, jarroyav@uninorte.edu.co.

desigualdades sociales y problemas derivados de la lucha armada entre los partidos políticos tradicionales, de conflictos agrarios no resueltos, del surgimiento de grupos armados ilegales y de la incapacidad del Estado para garantizar protección y bienestar a los ciudadanos (Galindo, Restrepo y Sánchez, 2009). Si bien, gracias a estos procesos de paz se han logrado avances en la reducción de los niveles de violencia contra los periodistas -de tal manera que la cifra de asesinatos de periodistas disminuyó en más de un 80% entre 2003 y 2016-, aun así, poco se ha estudiado cómo este contexto de violencia social y política ha impactado la autonomía profesional de los periodistas, especialmente a la hora de tomar decisiones editoriales dentro de las salas de redacción de noticias. Este ponencia explora 2 preguntas esenciales sobre este tema:

PI #1: ¿En qué niveles opera la autonomía profesional de los periodistas en Colombia?

PI #2: ¿Cuáles son los temas informativos que los periodistas colombianos asumen con mayor autonomía profesional y cuáles perciben con mayores restricciones?

## LA AUTONOMÍA PERIODÍSTICA COMO VALOR PROFESIONAL (DISCUSIÓN TEÓRICA)

Waisbord (2013) analiza la autonomía profesional desde los enfoques periodísticos que ponen en tensión la vieja pugna entre el periodismo tradicional y el periodismo ciudadano; además, ubica este concepto dentro de la crisis de los ideales profesionales que advierte sobre el detrimento que ha tenido el periodismo para salvaguardar su jurisdicción e independencia frente a las presiones externas y la masificación de los medios digitales que le ha quitado el lugar de privilegio como epicentro de la información que tenía en siglos anteriores.

La noción de autonomía dentro del periodismo profesional o tradicional se ubica dentro de los principios liberales de independencia, pluralidad e imparcialidad, que según Bonilla (2009) están en crisis, debido algunos problemas que amenazan a la libertad prensa como por ejemplo la desregulación de la información como bien público, las leyes de desacato, las agresiones, la concentración de la propiedad de los medios que restringe el derecho a la información, la no regulación de la pauta oficial y la consolidación de un sistema que transforma a los medios en empresas movidas por el lucro y los intereses comerciales.

El periodismo liberal y su apología a la imparcialidad, ha sido objeto de fuertes críticas, debido a que en la práctica este enfoque se ha distinguido más por distanciarse de los ciudadanos que de los intereses partidarios o económicos y por sucumbir a una mentalidad obsesionada más por cómo cubrir las noticias, que por aportar a la democracia y servir de contrapeso al poder (Waisbord, 2012). Por su parte, el periodismo ciudadano a diferencia del enfoque liberal, se interesa por visibilizar los sectores activos de la sociedad, a través del uso de las tecnologías y en especial de los medios digitales (Salvat y Serrano, 2011). En ese sentido, la autonomía en el periodismo ciudadano es mirada como un valor que le permite a los periodistas manejar su tiempo y definir una agenda propia en cuanto a los contenidos que producen (Diezhandino, 2012).

Aunque el periodismo ciudadano ofrece una mayor variedad de criterios y opiniones que repercuten en la autonomía periodística, para algunos críticos liberales este enfoque carece de objetividad y rigor, por el hecho de no tomar distancia de las fuentes (Deuze, Bruns y Neuberger, 2007) y por negar el carácter profesional del periodismo al afirmar que todas las personas son potenciales periodistas (Real, Agudiez y Príncipe, 2007). Si bien es cierto que ambos enfoques de periodismo mantienen sus diferencias sobre cómo conciben la autonomía profesional y la labor informativa, un punto de convergencia es la preocupación por el crecimiento mundial de un periodismo instrumental que ha venido desplazando el compromiso ético-profesional de los periodistas con la esfera pública que en diversos momentos de la historia ayudó a los reporteros y editores a tomar distancia del modelo propagandista proveniente de la primera guerra mundial. En este sentido, la presente investigación analizó la percepción de autonomía profesional de los periodistas colombianos sin establecer diferencias en los enfoques de periodismo que subyacen dentro de la labor informativa en Colombia.

## METODOLOGÍA

El diseño metodológico de este trabajo se fundamenta en una investigación exploratoria transversal de nivel descriptivo. La población objeto de estudio la componen periodistas activos que laboran en medios masivos. Se aplicó un muestreo por cuotas conformado por 546 periodistas de las regiones más pobladas de Colombia: Andina, Caribe y Pacífica.

De la región Andina participaron periodistas de Medellín (62), Bucaramanga (14), Manizales (10), Pereira (9) y Bogotá (232) que es la capital de Colombia que concentra la mayoría de periodistas del país, y por esa razón hay un mayor número de participantes dentro de la muestra. De la región Caribe participaron periodistas de Santa Marta (13), Montería (9), Sincelejo (7), Valledupar (11), Riohacha (7), Barranquilla (33) y Cartagena (27), siendo estas dos últimas ciudades las que concentran el mayor número de periodistas de esta región. De la región pacífica participaron periodistas de Quibdó (8) y Cali (104) que concentra el mayor número de periodistas de esta región.



Para evaluar la autonomía periodística percibida en Colombia, se utilizó la Escala de Autonomía Profesional (EAP) creada por el equipo de expertos del proyecto internacional Worlds of Journalism Study (WJS) que pretende analizar comparativamente las culturas periodísticas de diferentes países y continentes. La EAP dispone de 16 ítems con cinco opciones de respuesta que van de 1 (ninguna libertad) hasta 5 (plena libertad). La puntuación individual oscila entre 16 y 80: a mayor puntaje obtenido, mayor autonomía periodística percibida. Los dos primeros ítems evalúan la autonomía profesional percibida por los periodistas en los procesos de selección y definición de los énfasis de las noticias (Weaver et al., 2009). De igual forma, la EAP midió la percepción de autonomía para informar sobre temas socialmente relevantes como la situación de las minorías raciales y el comportamiento de las élites del poder político y económico que han sido objeto de estudio dentro del campo de la autonomía periodística en países como México y Colombia que enfrentan conflictos sociales similares (Hughes et al., 2016).

Para responder la primera pregunta de investigación se aplicó un análisis factorial a los datos obtenidos de la aplicación de la EAP. La confiabilidad estadística de los niveles de autonomía emergentes se determinó con el alfa de Cronbach. Se consideraron aceptables los alfas con valores iguales o superiores a 0.70 (Oviedo & Campo-Arias, 2005; Hair et al., 2013). Para dar respuesta a la segunda pregunta de investigación, se analizaron los valores de la media de cada uno de los reactivos que componen la escala de autonomía profesional. La información recolectada se procesó a través del software SPSS versión 21.

## **PRINCIPALES RESULTADOS**

### ***NIVELES DE AUTONOMÍA PERIODÍSTICA PERCIBIDOS EN COLOMBIA***

Para identificar los niveles de autonomía periodística se aplicó un análisis factorial exploratorio (AFE) con rotación Varimax. La validez factorial de los resultados se obtuvo revisando los valores de las comunalidades, las cargas factoriales, las correlaciones ítem-factor, los supuestos de linealidad y los valores de adecuación muestral establecidos a partir del determinante, la prueba de esfericidad y el coeficiente de Kaiser Mayer Olkin-KMO. Para optimizar los niveles de autonomía se extrajeron los factores con autovalores superiores a 1. Se mantuvieron los ítems de las escalas con cargas factoriales mayores o iguales a 0.40 y comunalidades mayores o iguales a 0.30 (Méndez & Rondón, 2012). Se presenta a continuación la matriz factorial emergente:

Los datos de la Tabla 1 e la sección de anexo revelan que en Colombia existen dos niveles de autonomía profesional percibidos por los periodistas que explican el 68.9.% de la varianza total de la autonomía periodística. El nivel 1, lo denominaremos «autonomía para producir noticias» porque guarda relación con la fase de producción informativa mencionada por Weaver et al., (2009) que abarca los procesos de selección y énfasis de las noticias. Este nivel presentó un buen puntaje de confiabilidad (alfa de Cronbach= 0.87) y alcanzó un autovalor que explica el 45.8.% de la varianza total de la autonomía percibida por los periodistas.

El nivel 2, lo denominaremos «autonomía para publicar noticias» porque guarda relación con la etapa de posproducción que es la etapa final de las rutinas profesionales donde se divulgan las noticias al público (Vásquez, 2006; Garcés y Arroyave, 2017). Este nivel presentó un excelente puntaje de confiabilidad (alfa de Cronbach= 0.95) y obtuvo un autovalor que explica el 23.1.% de la varianza total de la autonomía periodística percibida.

El nivel de publicación integra aquellos reactivos que analizan la autonomía percibida por los periodistas para informar sobre la élite política, la élite económica, las bandas criminales, el clero o las iglesias, las minorías raciales, las fuerzas armadas, la pobreza, la desigualdad, el gobierno, las guerrillas y los problemas ambientales que afectan a Colombia.

### ***AUTONOMÍA PROFESIONAL PERCIBIDA POR LOS PERIODISTAS***

A continuación, se presentan las desviaciones y los valores promedios de las restricciones percibidas por los periodistas colombianos en su autonomía profesional. Los valores entre 4.0 (libertad) y 5.0 (plena libertad) apuntan a que los periodistas tienden a percibir autonomía en ese tópico. Los valores inferiores a 4.0 indican lo contrario, es decir que los periodistas perciben en promedio restricciones para informar con autonomía sobre los hechos noticiosos.

Los resultados presentados en la Tabla 2, en el anexo, permiten establecer que los periodistas colombianos encuestados sienten en esta etapa del conflicto armado interno autonomía para publicar noticias sobre las guerrillas (M= 4.0; DE=1.17), las víctimas del conflicto (M=4.0; DE=4.0), la pobreza (M=4.2; DE=1.02), la desigualdad (M=4.1; DE=1.03), la explotación minera (M= 4.0; DE=1.16) y el orden público (M=4.1; DE=1.16).

En cuanto al orden público, si bien las tasas de violencia social producto de la delincuencia común se han mantenido altas en Colombia, las tasas de violencia política producto del conflicto armado bajaron de forma

considerable desde el año 2003 por cuenta de los procesos de paz con las FARC-EP y los paramilitares, lo que explica en cierta medida que los periodistas encuestados perciban mayor autonomía para publicar noticias sobre orden público, que años anteriores eran objeto de temor y autocensura por el recrudecimiento de la violencia en muchas regiones del país (Barrios y Arroyave, 2007).

Las desmovilizaciones y los acuerdos de paz con estos actores armados impactaron positivamente en la libertad de prensa en Colombia, haciendo que los periodistas sientan en esta etapa del conflicto armado mayor autonomía para informar sobre esos asuntos, incluyendo los que hacen alusión a la pobreza, la desigualdad y la explotación de la tierra y los recursos mineros que son temas relacionados con la génesis de este conflicto interno (Guzmán, Fals y Umaña, 2005; Medina, 2009).

No obstante, los periodistas perciben algunas restricciones que afectan la libertad de prensa en Colombia. Los hallazgos revelan que los periodistas encuestados no sienten en promedio autonomía para publicar noticias sobre el gobierno (M=3.8; DE=1.17), las fuerzas armadas (M=3.8; DE=1.18), las élites políticas (M=3.7; DE=1.23), las élites económicas (M=3.8; DE=1.13), la corrupción (M=3.9; DE=1.23), las bandas criminales (M=3.9; DE=1.21) y sobre el clero o las iglesias (M=3.9; DE=1.96).

La corrupción es un tema también sensible en el que los periodistas colombianos encuestados perciben restricciones en su autonomía profesional, por cuanto es un problema que en ocasiones involucra a algunos gobernantes que han sido objeto de denuncias por la forma como atacan a los periodistas que informan sobre los hechos de corrupción de sus funcionarios, tachándolos en ocasiones de calumniadores o haciéndoles seguimientos ilegales (Álvarez, Abello y Dusán, 2010). La corrupción es sin duda, un factor de riesgo contra la libertad de prensa y la seguridad de los periodistas en Colombia.

Otro aspecto a resaltar es que los periodistas colombianos encuestados sienten restricciones en su autonomía para publicar noticias sobre el clero o las iglesias. Para nadie es ajeno, la influencia de la iglesia católica a nivel gubernamental en asuntos relacionados con la paz. De hecho, el clero ha sido un actor mediador en varios procesos de paz que ha tenido el gobierno con diferentes actores armados como las FARC-EP y los grupos Paramilitares, aunque por años se les ha cuestionado la actitud flexible que han tenido con aquellos sacerdotes envueltos en abusos contra menores. Asimismo, la iglesia ha generado muchos interrogantes por defender las posiciones de los gobiernos y guardar silencio frente a varios actos de violencia en el país (Kurtenbach, 2004).

## REFLEXIONES FINALES/CONCLUSIONES

La reducción de la violencia política en el país en los últimos ocho años por cuenta de la desmovilización de los paramilitares y del proceso de paz con las FARC-EP, contribuyó en cierta medida a que los periodistas colombianos perciban en promedio autonomía para producir noticias y publicar información sobre las guerrillas, las víctimas, las minorías, la explotación minera, el orden público y los problemas de pobreza y desigualdad. Estos resultados son favorables para la libertad de prensa, pues en años anteriores la realidad de las víctimas, la agudización del conflicto y las violaciones al derecho internacional humanitario tuvieron por lo regular poco eco en la prensa colombiana (Gómez-Isa, 2008).

Las restricciones a la autonomía profesional percibida se concentraron en la publicación de noticias sobre el Estado (gobierno y fuerzas armadas), las élites, la corrupción, las organizaciones criminales y las iglesias. A nivel estatal, los gobiernos son considerados por la organización internacional Reporteros sin Fronteras (2014) como uno de los actores que más vulneran la libertad de prensa en el mundo. Colombia, no parece ser la excepción, pues los gobiernos y la fuerza pública han incurrido en graves violaciones a los derechos humanos (Molinares, 2008; Amnistía Internacional, 2016) formando parte de la lista de los actores que más han agredido a los periodistas en el contexto del conflicto armado (Fundación para la Libertad de Prensa, 2012).

Las restricciones de las élites políticas y económicas están íntimamente relacionadas con la baja percepción de autonomía profesional de los periodistas que laboran no solo en democracias inseguras como las de Colombia y México (Hughes et al., 2016), sino también en países con democracias más estables como España y Chile. En el caso de Chile, se presenta algo muy similar al de Colombia, debido a que buena parte de los medios están en manos de la élite político-económica (Mellado y Humanes, 2012). Con respecto a la corrupción, los periodistas colombianos creen que este problema es objeto de restricciones a su autonomía, debido a que en muchos casos los asesinatos de periodistas están asociados a las investigaciones que estos realizan, especialmente cuando denuncian a políticos, gobernantes y funcionarios públicos involucrados en hechos de corrupción que actúan en detrimento del erario público (Federación Colombiana de Periodistas, 2013; Fundación para la Libertad de Prensa, 2014).

El clero y las iglesias fue otro tema noticioso objeto de restricciones en la autonomía percibida por los periodistas colombianos encuestados. Este hallazgo resulta ser un factor diferenciador con relación a otros países

de América Latina y Europa dada la decadencia que ha tenido la fe católica en muchas regiones del mundo por la diversidad del mercado religioso y por las distintas reformas políticas y constitucionales que se han producido en las democracias occidentales que le han restado al clero poder de influencia social y política.

En conclusión, los hallazgos más importantes de este estudio revelan dos niveles de autonomía profesional: autonomía para producir noticias y autonomía para publicar noticias, siendo este último nivel en donde más los periodistas colombianos perciben restricciones en su autonomía, especialmente a la hora de publicar noticias sobre el gobierno, las fuerzas armadas, las bandas criminales, la corrupción y las élites del poder político, económico y religioso. Este ejercicio ha permitido una mirada complementaria al enfoque tradicional de autonomía centrado en la selección y los énfasis de las historias que el periodista produce, y brinda la posibilidad de entender la autonomía periodística como un ideal en disputa que atraviesa de forma compleja todas las etapas y componentes del proceso informativo, incluyendo los intereses que permean las decisiones finales que toman los medios frente a lo que quieren informar al público, los acuerdos y conflictos editoriales que surgen en las salas de redacción a la hora de tomar decisiones sobre los contenidos noticiosos (Skovsgaard, 2014).

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J., Abello, J., & Duzán M. J. (2010). *Vigilancia del poder: autores y editores del periodismo de investigación en América Latina*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Amnistía Internacional. (2016). *Informe 2015-2016: la situación de los derechos humanos en el mundo*. London: Editorial Amnistía Internacional.
- Aznar, H. (2004). Nuevos códigos de ética y nuevas formas de entender el periodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 7(58): 1-4.
- Barrios, M., & Arroyave, Jesús. (2007). Perfil sociológico de la profesión del periodista en Colombia: Diálogo íntimo con el ser humano detrás de las noticias. *Diálogos de la Comunicación*, 75: 1-15.
- Bilbeny, N. (2012). *Ética del periodismo*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.
- Bonilla, J. (2003). Apuntes sobre medios de comunicación, esfera pública y democracia. En J. Horlbeck y M. Ibarra (eds.), *Comunicación para construir lo público*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Bonilla, J. (2009). Periodismo, democracia y política: reconsideraciones sobre la libertad de prensa. *Folios* (21): 75-88.
- Deuze, M., Bruns, A., & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news. *Journalism practice*, 1(3): 322-338.
- Diezhandino, P. (2012). *El periodista en la encrucijada*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Federación Colombiana de Periodistas. (2013). *Situación del Derecho a Informar en Colombia*. Bogotá: Fecolper.
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2014). *60 años de espionaje a periodistas: informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia 2014*. Bogotá: Flip.
- Galindo, H.; Restrepo, J., & Sánchez, F. (2009). Conflicto y pobreza: un enfoque institucionalista. En: J. Restrepo y D. Aponte (eds.), *Guerra y violencias en Colombia: herramientas e interpretaciones*. Bogotá: Cerac.
- Garcés, M., & Arroyave, J. (2017). Autonomía profesional y riesgos de seguridad de los periodistas en Colombia. *Perfiles Latinoamericanos*, 25 (49): 35-53.
- Gómez-Isa, F. (2008). *Colombia en su laberinto: una mirada al conflicto*. Bogotá: Los libros de la Catarata.
- Kurtenbach, S. (2004). *El papel de los actores externos en la contención de la violencia en Colombia*. Hamburgo: Instituto de Estudios Iberoamericanos.
- McDevitt, M. (2003). In defense of autonomy: A critique of the public journalism critique. *Journal of Communication*, 53 (1): 155-160.
- Mellado, C., & Humanes, M. L. (2012). Modeling perceived professional autonomy in Chilean journalism. *Journalism*, 13(8), 985-1003.
- Merrill, J. (1974). *The Imperative of Freedom: A Philosophy of Journalistic Autonomy*. New York: Hastings House.
- Méndez, C., & Rondón, M. (2012). «Introducción al análisis factorial exploratorio». *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 41 (1), 197-207.
- Molinares, V. (2014). *Guerra irregular y constitucionalismo colombiano*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Nygren, G., Dobek, B., & Anikina, M. (2015). Professional autonomy Challenges and Opportunities in Poland, Russia and Sweden. *Nordicom Review* 36 (2): 79-95.
- Oviedo, H., y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, (36): 572-580.
- Real, E.; Agudiez, P., & Principe, S. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (13): 189-212.
- Salvat, G., & Serrano, V. (2011). Periodismo ciudadano y espacio público en la sociedad de la información. *Anàlisi* (41): 69-85.
- Skovsgaard, M. (2014). Watchdogs on a leash? The impact of organisational constraints on journalists' perceived professional autonomy and their relationship with superiors. *Journalism*, 15(3): 344-363.

- Stetka, V., & Örnebring, H. (2013). Investigative Journalism in Central and Eastern Europe: Autonomy, Business Models, and Democratic Roles. *International Journal of Press/Politics*, 18 (4): 413-435.
- Waisbord, S. (2012). *La reinención del Periodismo*. Conferencia dictada en el marco del Primer Congreso Internacional sobre estudios de periodismo, Chile, junio 27-29.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective*. Cambridge: John Wiley & Sons.
- Weaver, D., Beam, R., Brownlee, B., Voakes, P., & Wilhoit, G.C. (2009). *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*. New York: Routledge.

## ANEXOS

Tabla 1: Niveles de autonomía emergentes en Colombia

Autonomía percibida	Comunalidad	C. ítem-total	Nivel 1	Nivel 2
Para seleccionar las noticias	0.650	0.611	<b>0.818</b>	0.246
Para decidir el énfasis de las noticias o historias	0.692	0.672	<b>0.858</b>	0.295
Informar sobre la élite política	0.644	0.732	0.519	<b>0.551</b>
Informar sobre las bandas criminales	0.683	0.751	0.199	<b>0.801</b>
Informar sobre el clero/ iglesias	0.717	0.798	0.330	<b>0.756</b>
Informar sobre las minorías raciales	0.704	0.778	0.378	<b>0.708</b>
Informar sobre las fuerzas armadas	0.786	0.851	0.322	<b>0.827</b>
Informar sobre la pobreza	0.845	0.837	0.370	<b>0.786</b>
Informar sobre la desigualdad	0.827	0.819	0.401	<b>0.744</b>
Informar sobre el gobierno	0.751	0.800	0.456	<b>0.671</b>
Informar sobre la élite económica	0.697	0.790	0.407	<b>0.690</b>
Informar sobre las guerrillas	0.686	0.765	0.193	<b>0.815</b>
Informar sobre problemas ambientales	0.609	0.726	0.470	<b>0.588</b>

Tabla 2: Autonomía percibida en los procesos de producción y publicación de noticias

Niveles de autonomía emergentes	Media (M)	Desviación Estándar (DE)
<i>Autonomía para producir noticias</i>		
Seleccionar las noticias	4.2	0.95
Decidir los aspectos que deben ser enfatizados	4.0	0.95
<i>Autonomía para publicar noticias</i>		
Sobre la élite política	<b>3.7</b>	1.23
Sobre la élite económica	<b>3.8</b>	1.13
Sobre las minorías raciales	4.1	1.03
Sobre las fuerzas armadas	<b>3.8</b>	1.18
Sobre la pobreza	4.2	1.02
Sobre la desigualdad social y económica	4.1	1.03
Sobre el clero o las iglesias	<b>3.9</b>	1.16
Sobre el gobierno	<b>3.8</b>	1.17
Sobre las bandas u organizaciones criminales	<b>3.9</b>	1.21
Sobre las guerrillas	4.0	1.17
Sobre las víctimas del conflicto armado	4.0	1.20
Sobre los problemas de corrupción	<b>3.9</b>	1.23
Sobre los problemas de orden público	4.1	1.16
Sobre la explotación minera	4.0	1.16

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## A lida do jornalismo com base em dados públicos: o caso do Livre.Jor

### La lectura del periodismo sobre la base de datos públicos: el caso del Livre.Jor

Denise BECKER<sup>292</sup>

Zaclis VEIGA<sup>293</sup>

**RESUMO:** Este artigo apresenta uma análise sobre o jornalismo praticado pelo Livre.Jor, uma iniciativa independente e inovadora da prática jornalística no estado do Paraná, Brasil. O artigo problematiza a lida do jornalismo com base em dados públicos para entender como é entrevistar o governo por meio de pedidos via Lei de Acesso à Informação como fonte de pauta. A hipótese que norteia esta análise é de que o jornalismo com base em dados públicos seja um grande aliado do jornalismo na mediação de conhecimento entre a população, porque oferece conteúdos explicados e facilita a compreensão do leitor, reafirmando o papel do jornalismo que busca revelar informações de interesse público. O método de documentação com uso das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental proposto por Duarte e Barros (2006) serviu como ponto de partida deste trabalho para a análise e descrição detalhada do site. O recorte foi a exposição de 39 reportagens e 10 notícias mais relevantes em 2017. Os resultados mostram que ainda há um longo caminho a ser percorrido no que diz respeito ao acesso à informação, porém o Livre.Jor aponta uma perspectiva otimista e inspira a prática do jornalismo independente, com base em dados públicos, que maneja bem a LAI, o que nos leva a apresentá-lo como modelo inovador para outras iniciativas no Brasil e na América Latina.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo independente, Livre.Jor, Lei de Acesso à Informação.

**RESUMEN:** Este artículo presenta un análisis sobre el periodismo practicado por el Livre.Jor, una iniciativa independiente e innovadora de la práctica periodística en el estado de Paraná, Brasil. El artículo problematiza la lectura del periodismo con base en datos públicos para entender cómo es entrevistar al gobierno por medio de pedidos vía Ley de Acceso a la Información como fuente de pauta. La hipótesis que orienta este análisis es que el periodismo con base en datos públicos sea un gran aliado del periodismo en la mediación de conocimiento entre la población, porque ofrece contenidos explicados y facilita la comprensión del lector, reafirmando el papel del periodismo que busca revelar informaciones de interés público. El método de documentación con uso de las técnicas de investigación bibliográfica y documental propuesto por Duarte y Barros (2006) sirvió como punto de partida de este trabajo para el análisis y descripción detallada del sitio. El recorte fue la exposición de 39 reportajes y 10 noticias más relevantes en 2017. Los resultados muestran que aún hay un largo camino por recorrer en lo que se refiere al acceso a la información, pero el Libre. Jor apunta una perspectiva optimista e inspira la práctica del periodismo independiente, con base en datos públicos, que maneja bien a LAI, lo que nos lleva a presentarlo como modelo innovador para otras iniciativas en Brasil y en América Latina.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo independiente, Libre.Jor, Ley de Acceso a la Información.

### INTRODUÇÃO

A Lei n. 12. 527/2011, regulamenta o direito constitucional de acesso às informações públicas. Entrou em vigor em 16 de maio de 2012 e criou mecanismos que possibilitam, a qualquer pessoa, física ou jurídica, sem necessidade de apresentar motivo, o recebimento de informações públicas dos órgãos e entidades. No Governo Federal, a Lei de Acesso à Informação foi regulamentada pelo Decreto<sup>294</sup> n.7.724/2012. Foi um longo processo no país que, para ser regulamentado, envolveu muitas discussões e movimentou várias frentes no cenário brasileiro e representa um marco fundamental na construção de uma cultura de transparência no Brasil representa um marco

<sup>292</sup> Denise Becker. Universidade Positivo, 4º ano de graduação em Jornalismo, Brasil, denisebeckerjor@gmail.com

<sup>293</sup> Zaclis Veiga, Doutora e Coordenadora do curso de Jornalismo da Universidade Positivo, Brasil, jornalismo.ecoville@up.edu.br

<sup>294</sup> [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/Decreto/D7724.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/Decreto/D7724.htm)

fundamental na construção de uma cultura de transparência no Brasil. No mundo, o Brasil<sup>295</sup> foi 91º a contribuir para a transparência no acesso às informações públicas e na América Latina o 13º.

*A Lei vale para os três Poderes da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, inclusive aos Tribunais de Conta e Ministério Público. Entidades privadas sem fins lucrativos também são obrigadas a dar publicidade a informações referentes ao recebimento e à destinação dos recursos públicos por elas recebidos. (Brasil, 2011).*

Em maio de 2018, a LAI completa seis anos de vigência sob a responsabilidade de regulamentar o acesso às informações públicas. Segundo o Relatório da Artigo 19 (2017)<sup>296</sup>, diversas práticas necessárias de transparência ativa foram adotadas e estabelecidos mecanismos para requerimentos de informações em inúmeros órgãos públicos e os avanços foram consideráveis no que tange ao volume de informações com livre acesso à população. Ainda de acordo com o relatório Artigo 19, a taxa de pedidos de informação bem respondidos cresceu, assim como a quantidade de trabalhos jornalísticos de interesse público que utilizaram a LAI e os mecanismo da lei. Embora algumas conquistas tenham sido alcançadas, ainda há muito por fazer. Segundo o Relatório da Artigo 19 (2017), diversas práticas necessárias de transparência ativa foram adotadas e estabelecidos mecanismos para requerimentos de informações em inúmeros órgãos públicos e os avanços foram consideráveis no que tange ao volume de informações com livre acesso à população. Ainda de acordo com o relatório Artigo 19, a taxa de pedidos de informação bem respondidos cresceu, assim como a quantidade de trabalhos jornalísticos de interesse público que utilizaram a LAI e os mecanismo da lei. Embora algumas conquistas tenham sido alcançadas, ainda há muito por fazer.

*A implementação da LAI tem sido um processo difícil e lento: esta foi uma lei que veio para consolidar a construção de uma cultura de transparência e criar práticas que não foram adotadas pela maior parte da administração pública. Isso posto, compreensivelmente, ainda vemos falhas e lacunas na implementação da LAI. (ARTIGO 19, 2017, p. 8).*

A LAI, na prática implementa regras que garantem e regulamentam o direito de todo cidadão à informação e, além disso, estimula uma nova cultura aos órgãos públicos, para que considerem o sigilo uma exceção e a publicidade como regra. Esta ação garante que informações de interesse público sejam sempre abertas para todo cidadão. A internet tem papel relevante nesse caso, pois facilita o acesso. Para o jornalismo é uma ferramenta importante, porque permite ao jornalista acessar a Lei, solicitar pedidos de informações via formulário eletrônico ou presencial e em posse destas informações, aplicar seus conhecimentos técnicos, realizar análises e traduzir para o público de forma clara e didática.

A Lei de Acesso à Informação contempla uma série de aspectos sobre patrimônio público, como ações e eventos públicos, licitações e contratos. Portanto, a LAI tem alcance federal, estadual e municipal, nos três poderes, legislativo, executivo e judiciário e tem como premissa fortalecer o acesso e romper barreiras da não-informação. No Brasil, são previstos alguns procedimentos que asseguram o direito fundamental de acesso à informação, que devem ser respeitados e executados de acordo com os princípios básicos da administração pública

- I – observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção;
- II – divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações;
- III – utilização de meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação;
- IV – fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública;
- V – desenvolvimento do controle social da administração pública (BRASIL, 2011).

O estudo realizado adotou procedimentos de análise qualitativa, documental e de conteúdo do objeto em questão, à qual se analisa as 39 reportagens e as dez notícias mais relevantes publicadas pelo Livre.Jor em 2017. Foi realizado um acompanhamento sistemático do site durante 30 dias para catalogar e seleccionar as produções. Para tanto, foi realizada a consulta ao site e aos seus conteúdos como um procedimento que inclui a busca e a catalogação de informações, conforme Moreira (2005). No caso da análise de conteúdo, o procedimento utilizado permite a quantificação de dados considerando a técnica de análise categorial (FONSECA JUNIOR, 2005).

<sup>295</sup> [http://transparencia.ebape.fgv.br/sites/transparencia.ebape.fgv.br/files/105\\_-\\_brasil\\_-\\_estado\\_brasileiro\\_e\\_transparencia\\_0.pdf](http://transparencia.ebape.fgv.br/sites/transparencia.ebape.fgv.br/files/105_-_brasil_-_estado_brasileiro_e_transparencia_0.pdf)

<sup>296</sup> ARTIGO 19 é uma organização não-governamental de direitos humanos nascida em 1987, em Londres, com a missão de defender e promover o direito à liberdade de expressão e de acesso à informação em todo o mundo.

## A LIDA DO JORNALISTA PARA OBTER INFORMAÇÕES

A internet tem proporcionado a prática do jornalismo online e dessa forma, agiliza os processos de produção jornalísticos. De acordo com Schwingel (2012), as narrativas multimídia e a convergência das redações modificaram a produção das notícias abrindo espaço para o surgimento de novos modelos independentes, diferenciando algumas características peculiares ao jornalismo convencional. Segundo a definição a autora, essas novas práticas são definidas como jornalismo digital:

*[...] modalidade jornalística no ciberespaço fundamentada pela utilização de sistemas automatizados de produção de conteúdos que possibilitam a composição de narrativas hipertextuais, multimídias e interativas. Seu processo de produção contempla a atualização contínua, o armazenamento e recuperação de conteúdos e a liberdade narrativa com a flexibilização dos limites de tempo e espaço e com a possibilidade de incorporar o usuário nas etapas de produção. Os sistemas de gerenciamento e publicação de conteúdos são vinculados a bancos de dados relacionais e complexos. (SCHWINGEL, 2012; p. 37).*

O Livre.Jor está inserido nesse contexto digital, o seu processo de produção é com base em ferramentas online e suas publicações exclusivamente pelo site. O prazo médio para que um pedido de informação de qualquer cidadão seja levado em consideração é em torno de 11 dias. No caso do jornalista, é necessário uma dedicação exclusiva aos trâmites: elaborar as perguntas que serão realizadas, de forma clara e concisa, para que o órgão que irá receber e responder o pedido enviado não encontre brechas e dessa forma não responda corretamente.; preencher longos formulários via internet, com dados pessoais, no caso de pessoa física ou da empresa, se for pessoa jurídica; conferir após 20 ou 30 dias a caixa de e-mail e organizar os pedidos solicitados.

A etapa seguinte para o jornalista é organizar os dados enviados, que muitas vezes não estão claros. É necessário garimpar informações em planilhas extensas, filtrar e cruzar dados, o que torna o trabalho e o processo jornalístico bem mais demorado. A partir desse processo que nasce o texto jornalístico com base nas informações obtidas.

Segundo o relatório da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji, 2013), para os jornalistas que utilizam e se interessam nessa forma de produção, pode representar uma grande oportunidade de revelar dados escondidos, com potencial investigativo e levam a pautas de interesse público. Assim, o jornalismo na era digital, encontra mais uma forma de fortalecer os regimes democráticos

*Em termos gerais, a Lei de Acesso a Informações públicas abriu uma nova e larga frente para a participação dos cidadãos nos assuntos que lhes interessam, fortalecendo assim a democracia brasileira. No campo mais específico da atividade jornalística, passou-se a contar com um mecanismo que multiplica as fontes de pautas e que, quando respeitado, auxilia na obtenção de informações que antes eram negadas sem justificativas que fossem além de interesses particulares (ABRAJI, 2013, p.3)<sup>297</sup>.*

Alguns veículos no Brasil publicam reportagens a partir dos dados via LAI. Podemos mencionar a Ponte Jornalismo, Folha de S. Paulo, El País, Agência Lupa, Zero Hora, entre outros. Nesse artigo, mostramos o caso do Livre.Jor como uma iniciativa independente e inovadora da prática jornalística, por se tratar de um veículo local, cuja prática é inédita no estado do Paraná.

## LIVRE.JOR - JORNALISMO FEITO COM INFORMAÇÕES OBTIDAS EM FONTES OFICIAIS DE QUALQUER NATUREZA

O Livre.Jor<sup>298</sup> é uma iniciativa independente e inovadora da prática jornalística no estado do Paraná. Localizado na cidade de Curitiba, foi criado em fevereiro de 2014 pelos jornalistas José Lázaro Jr., João Guilherme Frey, Rafael Moro Martins e Alessandro Ribeiro. Segundo Ribeiro (2018), a liberdade baliza a produção e a apuração é sempre com base na linha editorial do Livre.Jor, e se dá estritamente com o acesso e o confronto de dados públicos de fontes oficiais, e não por meio de declarações ou opiniões.

O foco do Livre.Jor são os dados públicos. As pautas são escolhidas pelos jornalistas e, na maioria das vezes, não são assuntos que a imprensa convencional publica, porque a equipe se dedica à informação pública, que

<sup>297</sup> Abraji - Relatório de desempenho da Lei de Acesso a Informações Públicas - 2013. Disponível em <http://is.gd/l3BJnn> Acesso em 15 de fevereiro, 2018.

<sup>298</sup> <http://livre.jor.br/>

demanda tempo. A origem dos conteúdos publicados pelo site são encontrados nos portais da Transparência e canais de ouvidoria e a linha editorial não toma como base depoimentos ou declarações.

O site possui uma interface clara e limpa, utiliza as cores preto, branco e vermelho. No topo da página inicial estão dispostos o nome do site e a logo que os representa, “a mosca”. Criaram um manifesto com 20 tópicos que, segundo eles, intitula-se “Jornalismo-mosca”:

1. Aquele zumbido no pavilhão auditivo das autoridades é jornalismo-mosca, que invade os registros públicos pelas frestas oficiais e ricocheteia nas gavetas, drives, armários e dropboxes da vida.
2. Oras! Não pergunte o que a crise da imprensa pode fazer por você, mas o que você pode fazer para agravar a crise da imprensa!
3. E vamos dar a contribuição dos mosquitos chatos, pousados nos paletós das cadeiras de escritório. Jornalismo-mosca que caminha pelos retratos oficiais na parede, sobre os documentos recém-assinados, sorrateiro nos porta-malas da frota chapa branca.
4. Já disseram que tradição não é o culto das cinzas, mas a preservação do fogo – e jornalismo-mosca é uma brasa, mora?
5. Buscamos aquela fila formada pelos avacalhadores da paz oficiosa, macilenta e enganadora. “[Atenas] é como um cavalo de raça, vistoso, mas lerdo, e é preciso uma mosca que o pique e o desperte; eu sou essa mosca. Pois os deuses me colocaram aqui com a incumbência de espevitá-los, despertá-los, persuadi-los e repreendê-los um por um”, disse Sócrates, em 399 a.C. Varejeiro, esse grego.
6. Loas também à memória do imperador chinês Tang Taizong (627-649 d.C.), o primeiro gestor público de que se tem notícia a tornar públicos atos de seu governo – incompreendido até hoje, coitado.
7. Saravá, Izzy Stone, que mesmo perseguido pelos macartistas, nos EUA dos anos 1950, e por isso barrado na grande imprensa, seguiu o exemplo de George Seldes e embarcou no jornalismo independente – imprimindo seus próprios boletins e os amarrotando com dados públicos. (Livre.Jor, 2016)
8. A Lillian Ross, que definiu seu trabalho de repórter como “a mosca na parede”, aquela que ninguém nota, mas que está lá, vendo tudo.
9. A Teresa Urban, mosca silvestre que conhecia muito mais que as florestas e que no trato rigoroso das informações criou jornais que imprimiam o que poucos conseguiam ver.
10. Aos mosquitos insones, aos punks e seus zines, à contracultura, à mídia radical, aos movimentos de contestação das ordens, fracassados ou vencedores nas suas causas.
11. Às moscas? Sim, as moscas.
12. Às moscas que chafurdam no lixo, como bem definiu nossa vocação o ex-ministro Joaquim Barbosa, poderoso no Supremo Tribunal Federal e avesso a jornalistas.
13. E isto não é um manifesto. Se for, é manifesto-mosca, que não adianta vir dedetizar, porque você dispensa uma e já vem outra no lugar. É o manifesto desse zumbido.
14. Amém, Raulzito, o mosquito beleza que pousou na sopa da cultura brasileira. E dali não sai, ninguém tira. Pintou para nos abusar.
15. Jornalismo-mosca que perde o leitor, e a piada, se disso precisar.
16. Quem tem medo de hashtags? Do futuro? #Somostodoshumanasmoscas, não somos, Lux Interior? Escória, Spider Jerusalém? FOIA terrorists, Jason Leopold? Personagens na inconsciência coletiva da internet.
17. Fluxo de linguagem e redação jornalística.
18. Abraji, Contas Abertas, Transparência Brasil, Fórum de Direito de Acesso às Informações Públicas – vocês moram no nosso coração composto de mosca.



19. Diante do tribunal que são os nossos dias, admitimos que a imprensa blá blá blá, que o negócio da informação blé blé blé, o raio que nos parta bló bló bló bló.

20. No entanto, o jornalismo se move.

Segundo a equipe de jornalistas do Livre.Jor, suas práticas jornalísticas estão submetidas ao Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros<sup>299</sup> e disponibilizam o hiperlink para acessar o conteúdo do código na página. Afirmam que tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, isso inclui o direito de informar, de ser informado e ter acesso à informação

*Aceitamos como baliza para essa atividade que o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, e que devemos pautar nosso trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação (Livre.Jor, 2014).*

O site, em sua Política Editorial, se compromete a não incitar o ódio ou a discriminação de qualquer espécie e denominam apartidários. Preservam o direito das pessoas ao sigilo de fontes e garantem que as informações confiadas à equipe não serão divulgadas, nem a origem delas. Aceitam sugestões de pedidos de informações de qualquer cidadão, as enviam e com isso, dizem preservar a integridade daqueles que não querem se expor para realizar um pedido de informação.

Além de uma aba de vídeos, há sete editorias no site, assim dispostas até o dia 10 de janeiro de 2016: Educação (21 reportagens), Gastos Públicos (17 reportagens), Habitação (12 reportagens), Meio Ambiente (29 reportagens), Mobilidade Urbana (35 reportagens), Saúde (12 reportagens) e Segurança (41 reportagens). Em menos de um ano, são quase 170 reportagens publicadas com auxílio de políticas públicas de acesso à informação.

A estrutura do site apresenta cinco editorias, assim dispostas até o dia 19 de fevereiro de 2018: 1) Dados Públicos (#ComprasDaSemana; Diários Oficiais; Finanças; Dados Abertos e Na Conta do Deputado), 2) #365informações (Pedidos Negados), 3) Especialíssimo! (Reportagem; Opinião; Ombudsman), 4) Livre.Jor (novidades; Quer Ajudar?; Contato), 5) Quem somos (Equipe; Política Editorial; Política de Uso de Conteúdo; Política de Moderação de Comentários). Ao clicar nelas se subdividem. Em Dados Públicos, a divisão das informações é: #ComprasDaSemama; Diários oficiais; Finanças; Dados abertos e na Conta do deputado.

## “JORNALISMO-MOSCA”, ALGUNS RESULTADOS

O carro-chefe do site são as reportagens com base nos dados obtidos via Lei de Acesso à Informação. Em 2017, o site publicou 220 notícias e emplacaram 40 reportagens em outros veículos da imprensa, como Folha de S. Paulo, Agência Lupa, UOL, Gazeta do Povo, jornal local, e Contraponto. A cobertura da Reforma da Previdência rendeu parcerias com a Folha de São Paulo e com a Agência Lupa. Levantamento inédito sobre as palestras do juiz Sérgio Moro foi publicado pelo UOL Online. No Paraná, a parceria com a Gazeta do Povo, que consolidou o Livre.jor como agência de notícias, resultou em 27 notícias divulgadas com exclusividade pelo maior jornal do Paraná. “Outras dez notícias marcaram a entrada do projeto na blogosfera política, com o apoio do Contraponto, coordenado pelo jornalista Celso Nascimento, para quem nos debruçamos sobre a Lei Serraglio e sobre a polêmica envolvendo a gestão de RH das universidades estaduais.” (LÁZARO JR., 2017).

**Quadro 1** - Reportagens publicadas pelo Livre.Jor em veículos da imprensa nacional em 2017, com os links:

Folha de S. Paulo	<b>FSP: Brasileiro critica campanha de publicidade da reforma da Previdência</b> <a href="http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/08/1908667-brasileiro-critica-campanha-publicitaria-da-previdencia.shtml">http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/08/1908667-brasileiro-critica-campanha-publicitaria-da-previdencia.shtml</a>
UOL	<b>UOL: Moro foi a 13 cidades do Brasil e 6 no exterior dizer que crime não compensa</b> <a href="https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/04/24/moro-vai-a-13-cidades-do-brasil-e-6-no-externo-dizer-que-crime-nao-compensa.htm">https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/04/24/moro-vai-a-13-cidades-do-brasil-e-6-no-externo-dizer-que-crime-nao-compensa.htm</a>
Agência Lupa	<b>Lupa: Quanto custou a propaganda federal que defende a reforma da Previdência?</b> <a href="http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/08/10/quanto-custou-propaganda-reforma-previdencia">http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/08/10/quanto-custou-propaganda-reforma-previdencia</a>
Gazeta do Povo	<b>TJ-PR compra vacina para filhos de servidores com direito a imunização grátis no SUS</b>

<sup>299</sup> <http://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros-19852007/>

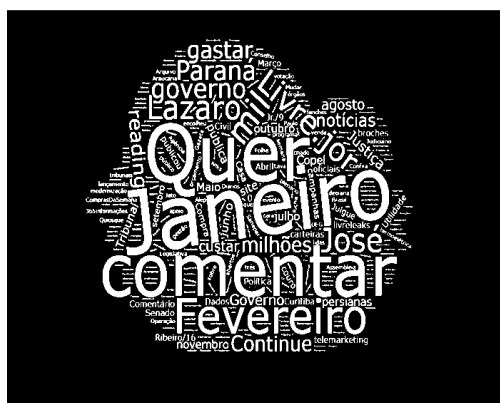
<p>Foram 27 reportagens elaboradas para o jornal Gazeta do Povo em 2017.</p>	<p><b>TJ-PR quer gastar R\$ 280 mil em frutas “de excelente qualidade” para lanches de magistrados</b>  <b>TJ, TCE, MP e Defensoria pedem aumento a servidores; despesa subirá a R\$ 2 bi</b>  <b>“Atraso não é improbidade”, diz MP-PR sobre promoções de servidores estaduais</b>  <b>Com falta de servidores, Defensoria Pública reduz atendimentos no interior</b>  <b>Sete em cada dez leis aprovadas pela Assembleia não têm relevância pública</b>  <b>MP “terceiriza” ao TCE investigações sobre orçamento de Curitiba</b>  <b>“Estudo” da Urbs sobre integração temporal é documento de quatro páginas</b>  <b>Gestão Greca republica edital para gastar até R\$ 78 mil em cafés da manhã e ‘coffee breaks’</b>  <b>Após caso Santander, deputado quer restringir menores em exposições de arte</b>  <b>Empresa criada pela gestão Richa devia “dar lucro”, mas tem R\$ 1,5 mi de prejuízo</b>  <b>Estatual criada por Richa tem que se explicar à CVM sobre matéria da Gazeta do Povo</b>  <b>Secretaria proíbe servidores de registrar jornada com horário fixo após alerta do MP</b>  <b>BNDES e governo do Paraná cogitam privatizar empresas públicas</b>  <b>MP quer exoneração de comissionados que custam R\$ 27 mil por mês ao Paraná</b>  <b>Greca quer gastar R\$ 374 mil em árvores e estrelas para “resgatar” o Natal em Curitiba</b>  <b>Conselho propõe cotas para negros em cargos comissionados, mas é ignorado</b>  <b>Suspeita de fraude faz governo do Paraná rever controle do ponto de servidores</b>  <b>TJ acusa intromissão na fiscalização de cartórios; MP diz agir preventivamente</b>  <b>Além do BNDES, BRDE quer ser parceiro do Paraná em concessões e PPPs</b>  <b>Tribunal de Justiça do Paraná quer cobrar taxa para acordos extrajudiciais</b>  <b>Governo pretende gastar até R\$ 4,8 milhões por ano com jato para Richa</b>  <b>Acima do previsto em lei, universidades do PR pressionam por mais comissionados</b>  <b>Assembleia do Paraná emprega 1.506 comissionados: 30% a mais desde 2011</b>  <b>Cota paga a deputados estaduais devolve uma vez e meia o gasto de campanha</b>  <b>Sem “cheque”, Assembleia devolve R\$ 151 milhões para governo</b></p>
<p>Contraponto</p>	<p><b>Para conquistar aliados, Temer pode aprovar “Lei Serraglio”</b>  <b>CNJ: “lei Serraglio” é uma afronta</b>  <b>Lei Serraglio “salva” 62% dos cartórios</b>  <b>Lei Serraglio abre guerra entre cartórios</b>  <b>OAB: lei Serraglio “não dura muito”</b>  <b>Meta4, uma pedra no meio do caminho (1)</b>  <b>Meta4, uma pedra no meio do caminho (2)</b>  <b>Meta4, uma pedra no meio do caminho (3)</b>  <b>Lerner trouxe o Meta4 para o governo em 2001</b>  <b>Meta4: gestão Richa diz que universidades rejeitaram regular autonomia</b>  <b>Fonte: Livre.Jor (2017).</b></p>

**Quadro 2** – As dez notícias mais lidas do site em 2017 com os links:

- 1º – Alunos da rede pública terão uma semana a mais de férias em 2018
- 2º – Copel barra pedido de governo para dobrar repasse de lucros
- 3º – Coquetel, almoço e churrasco: confira o edital de até R\$ 185 mil da Copel
- 4º – Diretoria da Sanepar pode aprovar aumento no valor global da própria remuneração acima da inflação
- 5º – Previdência: governo gasta mais de R\$ 38 milhões em campanha considerada vaga e mentirosa
- 6º – Greca regulamenta Uber por decreto em Curitiba
- 7º – “Tchau, querida”: MP-PR terá a mesma tecnologia que grampeou Lula
- 8º – Governo dá puxão de orelha em funcionários “penetras” e “glutões” nos eventos do Canal da Música
- 9º – Tribunal de Justiça abriu edital de R\$ 877 mil em sanduíche e marmita
- 10º – Troca de cadeiras no gabinete de Rafael Greca #comprasdasemana

Fonte: Livre.Jor (2018)

Figura 1 - Nuvem de tags produzida a partir da URL do site Livre.Jor utilizando o WordCloud<sup>300</sup>



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho tomou como norte analisar o jornalismo praticado pelo site Livre.Jor, que utiliza em seu processo de produção as informações baseadas em dados públicos. Desse modo, entendemos a importância e relevância desta ferramenta para reafirmar a democracia e o compromisso do jornalismo com a sociedade.

É de notável saber que a Lei de Acesso à Informação ainda tem um longo caminho a percorrer, avançamos, mas o jornalista ainda se vê numa lida penosa diante de tantos trâmites e prazos. Percebe-se com este estudo de caso, que demanda tempo e dedicação do jornalista o garimpo pelas informações que serão fontes de pauta. Por outro lado, o processo de produção para elaboração de uma notícia ou reportagem mostra-se livre de interferências comerciais, editoriais e de grupos. Isso pode representar o começo da implantação de uma nova cultura de transparência no trato das informações.

Atentos as mudanças, observamos que o jornalismo está em busca de novas alternativas para continuar contando boas histórias, seja na mídia convencional ou de forma independente, percebe-se o empenho de pesquisadores e estudiosos em encontrar novos caminhos que melhorem o acesso e a forma como a informação será narrada.

O Livre.Jor, como veículo independente, rompe paradigmas no estado do Paraná, já foi citado em diversos veículos país afora e vem se consolidando com um trabalho aprofundado, de análises e mediações de informações qualificadas, seguras e comprometidas com o cidadão. O trabalho destes profissionais nos leva a lembrar Clóvis Rossi ao escrever sobre o jornalismo. Ele disse que “é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra” (ROSSI, 1980, p. 7). É nessa frente de batalha que estão os jornalistas do Livre.Jor, que não aceitam o silêncio das instituições públicas como resposta, são incansáveis na busca da garantia do direito de saber, ter acesso e compreender a informação, que é um bem público. Na mais otimista das hipóteses, podemos apontar o Livre.Jor como modelo e incentivo para novas iniciativas no Brasil e na América Latina.

## REFERÊNCIAS

- COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2009.
- FONSECA JUNIOR, Wilson. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- MOREIRA, Sonia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1980.
- SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.
- Artigo 19. **Os 5 anos da Lei de Acesso à Informação: uma análise de casos de transparência**. Disponível em: <http://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/2017/05/Os-5-anos-da-Lei-de-Acesso-%C3%A0-Infirma%C3%A7%C3%A3o-%E2%80%93-uma-an%C3%A1lise-de-casos-de-transpar%C3%Aancia.pdf> Acesso em 15 de fevereiro de 2018.
- Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo. **Acesso à informação**. Disponível em <http://www.abraji.org.br/acesso-a-informacao>
- Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em <http://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros-19852007/>. Acesso em 15 de fevereiro de 2018.
- Estado Brasileiro e Transparência. **Avaliando a aplicação da Lei de Acesso à Informação**. Disponível [http://transparencia.ebape.fgv.br/sites/transparencia.ebape.fgv.br/files/105\\_-\\_brasil\\_-\\_estado\\_brasileiro\\_e\\_transparencia\\_0.pdf](http://transparencia.ebape.fgv.br/sites/transparencia.ebape.fgv.br/files/105_-_brasil_-_estado_brasileiro_e_transparencia_0.pdf). Acesso em 15 de fev. 2018.

<sup>300</sup> Gerador de nuvens de palavras online <https://www.wordclouds.com/>

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## O comentário e participação no telejornalismo brasileiro um estudo do Jornal da Cultura 2ª edição

### The commentary and participation in Brazilian television journalism - a study of the Jornal da Cultura - second edition

Valquíria Aparecida Passos Kneipp<sup>301</sup>

**RESUMO:** Este artigo buscou identificar e analisar a utilização do comentário e da participação, no Jornal da Cultura, como estratégias editoriais para dar maior credibilidade e também permitir a participação do telespectador. O telejornal foi escolhido para este estudo por apresentar estas características editoriais como diferenciais em seu produto. Buscou-se responder como e por que o Jornal da Cultura – segunda edição adotou estas estratégias editoriais. O instrumental metodológico se caracterizou como um estudo de caso. Os fundamentos conceituais e teóricos se caracterizaram por meio do estudo dos gêneros jornalísticos, a partir das propostas de Marques de Melo (1985), e também Chaparro (2008), Rezende (2000) e Pessoa Temer (2002). Para pensar a participação do telespectador contribuíram para a reflexão Jenkins (2009) e Shirky (2011). Com o estudo observou-se, entre outras características, que o espaço do comentário no Jornal da Cultura – segunda edição ocupa mais tempo do que todo o material informativo produzido pelo mesmo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Participação, Comentário, Telejornalismo.

**ABSTRACT:** This article sought to identify and analyze the use of comment and participation in the Jornal da Cultura as editorial strategies to give greater credibility and also to allow the participation of the viewer. The newscast was chosen for this study because it presents these editorial characteristics as differentiated in its product. It was tried to answer how and why the Journal of the Culture - second edition adopted these editorial strategies? The methodological tools were characterized as a case study. The conceptual and theoretical foundations were characterized by the study of journalistic genres, based on the proposals of Marques de Melo (1985), and also Chaparro (2008) Rezende (2000) and Temer (2002). The question of participation also contributed to the reflection, with authors such as Jenkins (2009) and Shirky (2011). With the study it was observed, among other characteristics, that the space of the commentary in the Jornal da Cultura - second edition occupies more time of all the informative material produced by it.

**KEY WORDS:** Participation, Commentary, Telejournalism.

#### 1. UMA TRAJETÓRIA DOS GÊNEROS JORNALÍSTICOS ATÉ O TELEJORNALISMO

Esta pesquisa versa sobre o telejornalismo, e tem como recorte o Jornal da Cultura – segunda edição, da emissora TV Cultura de São Paulo. O foco recai sobre a apropriação por parte do referido telejornal de duas estratégias editoriais, que o fazem ter um diferencial em relação ao demais. A primeira estratégia é a incorporação de dois comentaristas ao vivo na bancada do telejornal – que resgata para a reflexão a teoria dos gêneros jornalísticos e a segunda implementa a participação do telespectador, por meio de mensagens via *Twitter*, trazendo para o foco a Cultura da Participação.

O objetivo foi identificar e analisar a utilização do comentário de especialistas e também a participação do telespectador, no Jornal da Cultura – segunda edição, como estratégias editoriais para dar maior credibilidade e promover a aproximação com o espectador, por meio de redes sociais digitais.

A discussão conceitual e teórica tem como ponto de partida uma trajetória da teoria dos gêneros jornalísticos desenvolvida no Brasil, através de autores como Marques de Melo (1985); (2010), Chaparro (2008), Machado (2009), Rezende (2000) e Pessoa Temer (2002). Continua com a proposta de Cultura da Participação, inicialmente com Jenkins (2009) e Shirky (2011). O problema de pesquisa girou em torno de *como e por que* o Jornal da Cultura – segunda edição adotou estas estratégias editoriais. O instrumental metodológico contou com pesquisa bibliográfica, recorte, observação e análise do material coletado como amostra e entrevista com a equipe

<sup>301</sup> Valquíria Aparecida Passos Kneipp, Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, doutora, Brasil, vallquiriakneipp@yahoo.com.br

de produção do telejornal. Caracterizando, desta forma como um estudo de caso, de acordo com Yin (2010) porque investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real.

O comentário compõe o leque de opções apresentadas por vários pesquisadores ao longo dos tempos, como gêneros jornalísticos. Inicialmente aplicados apenas à imprensa, mas depois com tempo, pôde-se observar maior amplitude para a sua aplicação em outras mídias, como o rádio, a televisão e a internet.

O primeiro paradigma que se tem notícia é o anglo-saxônico, que delimita dois lados, com informação e opinião. Como registro desta proposta inicial está a pesquisa de Samuel Buckley no jornal *Daily Courant*. No julgamento de Kenneth Olson “ele é o ‘primeiro jornalista inglês a mostrar uma preocupação real com os fatos’, optando por ‘imprimir notícias como notícias, sem comentários, para se manter longe da polêmica’” (OLSON apud MARQUES DE MELO, 1985, p. 15).

Nos anos de 1970 surge mais um elemento – a interpretação:, “a trilogia informativa-opinativa-interpretativa ganhou legitimidade no mundo acadêmico (...) figurando como disciplinas autônomas ou sequenciadas nas grades curriculares dos cursos de jornalismo de todo o país” (MARQUES DE MELO, 2010a, p. 26). Nos anos de 1980, ao estudar os gêneros jornalísticos, Marques de Melo (2010a) deparou-se com um panorama diferente, “caracterizado pela hegemonia dos gêneros informativo e opinativo” (2010a, p. 26).

Com base na caracterização de Luiz Beltrão (1976), que apresenta três categorias de classificação: Jornalismo Informativo (com notícia, reportagem, história de interesse humano e informação pela imagem; Jornalismo Interpretativo (com reportagem em profundidade); e Jornalismo Opinativo (com editorial, artigo, crônica, opinião ilustrada e opinião do leitor), Marques de Melo (1985) observa que o autor separa os gêneros jornalísticos de acordo com a função que exercem junto aos leitores, de informar, explicar ou orientar. Com base na análise dos jornais nos anos de 1980, Marques de Melo identificou duas vertentes: a reprodução do real e a leitura do real.

*Reproduzir o real significa descrevê-lo jornalisticamente a partir de dois parâmetros: o atual e o novo. Ler o real significa identificar o valor do atual e do novo na conjuntura que nutre e transforma os processos jornalísticos [...] O jornalismo articula-se, portanto em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que se passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa) [...] (MARQUES DE MELO, 1985, p. 47 - 48).*

Marques de Melo (1985) usou dois critérios em sua pesquisa, primeiro ele agrupou “[...] os gêneros em categorias que correspondem à intencionalidade determinante dos relatos através de que se configuraram” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 47). Depois para a classificação dos gêneros jornalísticos observou “[...] a articulação que existe do ponto de vista processual entre os acontecimentos (real), sua expressão jornalística (relato) e a apreensão pela coletividade (leitura)” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 48). Para ele, os gêneros correspondentes à informação não teriam nenhum controle sobre os fatos, os acontecimentos, cabendo apenas acompanhar a evolução deles. Já nos gêneros opinativos, pode haver uma participação mais ativa da empresa jornalística, pois ela é a responsável por escolher quem vai emitir a opinião e, em alguns formatos, vai influenciar na angulação (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião). Marques de Melo (1985) dividiu o relato jornalístico em *jornalismo informativo* (reprodução do real) e *jornalismo opinativo* (leitura do real). Como reprodução do real (informativo) estão nota, notícia, reportagem e entrevista, e como leitura do real (opinativo) editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica e caricatura. O autor excluiu dessa classificação o *jornalismo interpretativo* e o *jornalismo diversional* “[...] por não encontrarem ancoragem na práxis jornalística observada no país” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 48).

Com o passar do tempo novas revisões foram apresentadas a essa classificação. O próprio Marques de Melo (2010a), nos anos de 1990 considerou que as mudanças ocorridas no Brasil no século XX, principalmente com o reingresso do Brasil na democracia, garantiram a liberdade de imprensa no país.

*Assim sendo, o jornalismo opinativo coexistiu com o jornalismo informativo, competitivamente, durante todo o século XX. Na passagem para o século XXI, aparecem outros gêneros: interpretativo, diversional e utilitário, disputando espaço com os gêneros precedentes (MARQUES DE MELO, 2010a, p. 25).*

Um conjunto de análises realizadas nos anos de 1990 levou Marques de Melo a verificar que “o jornalismo brasileiro permanece polarizado entre os gêneros informativo e opinativo” (2010a, p. 29). Porém, ele identificou o surgimento de outros gêneros: “Seja de forma episódica, com o gênero diversional ou de entretenimento. Seja de modo intermitente, como o gênero interpretativo ou explicativo. Seja ainda em ritmo crescente, como o gênero utilitário ou de serviço” (MARQUES DE MELO, 2010a, p.29). A nova proposta de gêneros jornalísticos é apresentada no quadro 1 abaixo organizado por Maia e Kneipp (2012):

**Quadro 1 – Revisão na classificação de gêneros jornalísticos por José Marques de Melo**

Informativo	Opinativo	Interpretativo	Utilitário	Diversional
Nota Notícia Reportagem Entrevista	Editorial Comentário Artigo Resenha Coluna Crônica Caricatura Carta	Dossiê Perfil Enquete Cronologia	Indicador Cotação Roteiro Serviço	História de interesse humano História colorida

Fonte: COSTA, 2010, p. 55, 64, 65,68 e 72.

Chaparro (2008) critica a divisão do jornalismo em Informação e Opinião, como proposto por Marques de Melo na década de 80. Segundo Chaparro (2008), trata-se de um equívoco criado pelos teóricos a partir da experiência de Buckley no *Daily Courant*. “Trata-se de um falso paradigma, porque o jornalismo não se divide, mas constrói-se com informações e opiniões. Além de falso, está enrugado pela velhice” (CHAPARRO, 2008, p. 146). Para ele, é preciso perceber uma complementaridade entre os dois gêneros:

*A leitura dos textos de reportagens, notícias, entrevistas, artigos e colunas evidenciou que o Relato Jornalístico consistente acolhe cada vez mais a elucidação opinativa, e que o Comentário da atualidade exige cada vez mais a sustentação de informações qualificadas. A matriz “Opinião x Informação” perdeu, portanto, eficácia como critério categorizador de gêneros jornalísticos (CHAPARRO, 2008, p. 136).*

O autor lembra que até a notícia dita objetiva, construída com informação “pura”, “resulta de seleções e exclusões deliberadas, controladas pela competência opinativa do jornalista” (CHAPARRO, 2008, p. 162). Ele esclarece que os textos opinativos, para terem eficácia, precisam estar alicerçados em informações confiáveis. O autor considera “claramente inadequado usar o conceito de artigo como equivalente ao de opinião” (CHAPARRO, 2008, p. 162). O autor explica a diferença entre os dois termos.

*Opinião é ajuizamento, atribuição de valor a alguma coisa, ponto de vista, pressuposto, modo de ver, de pensar, de deliberar. Já o termo “Artigo”, no plano da linguagem, identifica um tipo de texto organizado em esquemas argumentativos, adequados para a estruturação de comentários. Ou seja: Artigo está na dimensão da forma; Opinião, na dimensão do conteúdo. E o mesmo raciocínio se pode aplicar ao paralelismo entre a Informação (conteúdo) e os diversos tipos de texto do Relato Jornalístico, organizados em esquemas narrativos (forma) (CHAPARRO, 2008, p. 162-163).*

Chaparro (2008) propõe que se leve em conta a *forma* como o texto se estrutura, que pode ser dividido em relato (narração) e comentário (argumentação).

Para elaborar uma proposta classificatória para os gêneros jornalísticos nos meios impressos de Brasil e Portugal, Chaparro Apud de Teun Van Dijk (1983), afirma que “o discurso jornalístico tem duas grandes classes de textos: a classe dos *esquemas narrativos*, eficazes para o relato da atualidade; e a classe dos *esquemas argumentativos*, eficazes para o comentário da atualidade” (CHAPARRO, 2008, p. 177).

Chaparro (2008) propõe a existência de dois gêneros: o relato e o comentário. Dentre deles, existem quatro espécies. No relato, são as espécies narrativas e as práticas. No comentário, são as espécies argumentativas e gráfico-artísticas. Abaixo, no quadro 2 segue a proposta classificatória de Manuel Carlos Chaparro, organizado por Maia e Kneipp (2012):

**Quadro 2 – Proposta de classificação dos gêneros jornalísticos segundo Chaparro:**

Gênero Comentário		Gênero Relato	
Espécies Argumentativas	Espécies Gráfico-Artísticas	Espécies Narrativas	Espécies Práticas
Artigo Carta Coluna	Caricatura Charge	Notícia Reportagem Entrevista Coluna	Roteiros Indicadores econômicos Agendamentos Prev. do tempo Consultas Orientações úteis
CRÔNICA: classe de texto livre de classificações			

Fonte: CHAPARRO, 2008, p. 178.

Diante desta reflexão sobre os gêneros jornalísticos, e, antes de realizar o estudo sobre o comentário no Jornal da Cultura, é importante entender as especificidades das classificações de gêneros nos telejornais.

Arlindo Machado (2009), ao tratar dos telejornais no amplo estudo sobre a televisão, divide-os em duas categorias bem amplas: o telejornal *polifônico* e o *opinativo* (centralizado). A diferenciação é feita através da hierarquia existente entre as diferentes vozes veiculadas no telejornal.

*Se o âncora tem poderes de decidir sobre as vozes que entram e saem, portanto de delegar voz aos outros, se ele permanece a fonte principal de organização dos enunciados, estamos diante de um telejornal de modelo centralizado e opinativo. Caso o contrário, ou seja, quando o apresentador aparece como uma voz que expressa a opinião mais esparsa ou mais difusa de um corpo de redatores, quando o staff parece ter o mesmo peso e a mesma importância que ele na condução do relato, então estamos diante do telejornal de modelo polifônico (MACHADO, 2009, p. 109).*

Rezende (2000) classifica os gêneros jornalísticos baseado no modelo de Marques de Melo (1985). Mas, o autor ressalta que “a literatura sobre o assunto alerta que não se pode fixar limites rigorosos entre os gêneros jornalísticos” (2000, p. 156). A partir do estudo de três modelos de telejornais existentes na TV brasileira nos anos de 1990, o autor constata que apenas dois gêneros estão presentes nos telejornais: o informativo e o opinativo, sendo que ambos também podem ser caracterizados como utilitário e de serviço, conforme quadro 3 abaixo organizado pela autora:

**Quadro 3 – Proposta de Rezende para os gêneros jornalísticos no telejornal**

Informativo	Opinativo	Utilitário e de Serviço
Nota simples e coberta	Editorial	
Notícia	Comentário	
Reportagem	Crônica	
Boletim		
Sonoras		
Pé		

Fonte: REZENDE, 2000, p. 157-9

Outra classificação foi realizada por Temer (2002, p. 115), por tipos, onde o material jornalístico é analisado com base em três critérios: a) *notícia*, “em que predomina a informação, o fato jornalístico de interesse imediato e grande impacto social”; b) *serviço*, “em que predomina o caráter orientador ou indicador, voltado principalmente para a formação de comportamentos”; e c) *interesse humano*, que engloba o que Marques de Melo chama de história de interesse humano e a história colorida. “São matérias aparentemente irrelevantes no contexto social geral, mas que ganham espaço a partir da curiosidade dos temas e/ou num possível impacto emocional no telespectador” TEMER, 2002, p. 115).

A partir desta reflexão sobre a trajetória dos gêneros jornalísticos observou-se que o comentário está desde o início das classificações até os mais recentes estudos no campo da opinião. Desta forma, pode-se levantar a hipótese de que o comentário no Jornal da Cultura representa a linha editorial defendida pela emissora.

## 2. A PARTICIPAÇÃO DO TELESPECTADOR NO TELEJORNAL

Este estudo não teve como objetivo analisar o discurso utilizado por meio desta estratégia editorial, este poderá ser tema de pesquisas futuras. Neste primeiro momento objetivou-se identificar e analisar a utilização de forma efetiva do comentário e também da participação do telespectador no telejornal.

A participação do telespectador é anunciada no início de todas as edições analisadas com a apresentadora convocando. “Participe do jornal da Cultura, com perguntas e comentários através do nosso *Twitter* através da hashtag #JornaldaCultura”. A mesma convocação é repetida, alguns vezes, ao longo de cada bloco do telejornal. A partir desta convocação o telespectador tem a opção de enviar a sua mensagem para o telejornal, mesmo sabendo que a proposta de participação, passa necessariamente por uma seleção, que filtra os conteúdos mais adequados e que tem ligação com o conteúdo que está sendo exibido e comentado no telejornal.

A cultura participativa proposta por Jenkins (2009) tinha como pano de fundo o entretenimento, com base no engajamento dos fãs, “cultura em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação dos novos conteúdos” (JENKINS, 2009, p. 378). Hoje em dia, pode-se observar que esse engajamento está presente em outras áreas da comunicação, como o telejornalismo abordado nesta pesquisa. Para Jenkins (2009) a cultura da convergência possibilita novas formas de participação e colaboração. “Para Levy, o poder de participar de comunidades de conhecimento coexiste com o poder que o Estado-nação exerce sobre os cidadãos

e o poder que as corporações, dentro do capitalismo, exercem sobre trabalhadores e consumidores” (JENKINS, 2009, p. 328). Ainda parafraseando Levy em seu momento mais utópico, Jenkins (2009) admite a participação como um poder, “esse poder emergente de participar como um vigoroso corretivo às tradicionais fontes de poder, embora elas procurem usá-lo para seus próprios fins” (Jenkins, 2009, p. 328). No caso desta pesquisa, a participação apresenta-se na perspectiva de poder, mas o que se pode observar é que trata-se de uma oportunidade, que pode ser totalmente mediada e selecionada pela própria mídia, devido a impossibilidade de todos participarem simultaneamente.

Para Shirky (2011) a cultura da participação reconfigura a relação entre indivíduo e mídia. Os telespectadores agora têm um papel mais ativo, opinando, colaborando e, dessa forma, interferindo no conteúdo oferecido pelo telejornal de comunicação, no caso desta pesquisa. O autor sugere que, no contexto contemporâneo, parece predominar o desejo de fazer contato com o outro, através das redes sociais digitais:

*O uso de uma tecnologia social é muito pouco determinado pelo próprio instrumento; quando usamos a rede, a maior vantagem que temos é acessar uns aos outros. Queremos estar conectados uns aos outros, um desejo que a televisão, enquanto substituto social, elimina, mas que o uso da mídia social, na verdade, ativa (SHIRKY, 2011, p. 18).*

Ao longo dos anos e com o avanço da tecnologia, a cada dia, cresce a participação do público nas produções midiáticas. Para Jenkins “os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídias dispersos” (2009, p. 30). Neste novo cenário contemporâneo, a participação como produtor de conteúdo nos meios de comunicação não está mais restrita aos profissionais da mídia.

*As pessoas têm hoje uma nova liberdade para agir de forma organizada e em público. Em termos de satisfação pessoal, esse bem é bastante descomplicado – mesmo os usos banais de nossa capacidade criativa (publicar vídeos de gatinhos com novelas de lã no YouTube ou escrever veborragias num blog) são mais criativos e generosos que assistir TV (SHIRKY, 2011, p. 153).*

A internet possibilitou a desterritorialização, aproximando pessoas distantes geograficamente, e possibilitando no caso observado nesta pesquisa, a participação de pessoas no telejornal independente da localização geográfica em que ela esteja.

A produção social pode agora ser muito mais efetiva do que já foi, tanto em termos absolutos quanto em relação à produção formalmente gerenciada, porque o alcance e a vida útil do esforço compartilhado saíram do âmbito doméstico para a escala global (SHIRKY, 2011, p. 145).

O movimento propiciado pela WEB 2.0 fomentou na cultura participativa o engajamento de pessoas distantes geograficamente, criando laços inimagináveis. Para Shirky (2011) isso se deve porque as motivações sociais induzem mais a participação do que as motivações pessoais sozinhas.

### 3. A CREDIBILIDADE, EXPLICAÇÃO E A APROXIMAÇÃO COM O TELESPECTADOR

O Jornal da Cultura – segunda edição foi escolhido para este estudo por se mostrar em busca de uma melhor articulação em termos de credibilidade e também se posicionar aberto à participação do público, por meio do Twitter. Tratam-se de estratégias editoriais, que fizeram o telejornal implementar duas possibilidades pouco exploradas pelos concorrentes.

De acordo com site do Jornal da Cultura<sup>302</sup> os comentaristas são ao todo 14, a saber: Leandro Karnal (filósofo), Roberto Delmanto, Marco Antonio Vil (historiador) Luiz Felipe Pondé (filósofo), Airton Soares (advogado), Luiz Flávio Gomes, Mario Sergio Cortella, Arlene Clemesha, Eduardo Muylaert (advogado), Flávia Piovesan, Paulo Saldiva, Ethevaldo Siqueira, Ricardo Sennes (analista político e econômico) e José Álvaro Moisés (cientista político). Os comentaristas revezam a participação ao vivo na bancada do telejornal, sendo dois a cada noite. O telejornal destaca a importância de especialistas para comentar os fatos do Brasil e do mundo.

Nas cinco edições selecionadas para esta pesquisa, conforme (quadro 4) observou-se que na divisão do conteúdo do Jornal da Cultura 2ª edição, se dividirmos entre informativo e opinativo, o comentário, como parte do gênero opinativo, mesmo levando em consideração, a pesquisa de Rezende(2000), onde ambos são utilitários e também prestam um serviço ao telespectador, em quase todos os dias da amostra recortada o mesmo apresentou maior tempo do telejornal. A única exceção foi no dia 13 de janeiro, sexta feira, em que o telejornal não conta com

<sup>302</sup> Disponível em: <http://tvcultura.com.br/programas/jornaldacultura/>. Acesso em 13 de janeiro de 2018.



a participação dos comentaristas e também não apresenta os *tweets* dos telespectadores. O resultado disso é que esta edição tem um tempo total de 24'07".

**Quadro 4 – Comentarista - Comentário**

Data	Comentarista	Tempo teletjornal	Tempo do comentário	Porcentagem do teletjornal
09/01/2018	José Álvaro Moisés Ricardo Sennes	51'40"	30'32"	58%
10/01/2018	Marco Antonio Vila Airton Soares	52'23"	31'29"	59%
11/01/2018	Emerson Kapaz Eduardo Muylaert	52'35"	27'17"	51%
12/01/2018	Marcos da Costa Alberto Pfeifer	53'06"	30'08"	56%
13/01/2018	Não houve	24'08"	Não houve	-

Elaborado pela autora com base na análise e observação dos teletjornais

A participação do comentarista, ao vivo, na bancada do Jornal da Cultura - segunda edição configurou-se como uma estratégia editorial e também uma busca de inovar no teletjornalismo, visto que poucos teletjornais se arriscam nesta empreitada, e quando lançam mão desta possibilidade, na maioria das vezes, são comentários pré-gravados apenas para ilustrar a edição. No Jornal da Cultura, os comentaristas permanecem ao vivo, na bancada, junto com a apresentadora e interagem toda vez que são convocados e, algumas vezes voluntariamente sem convocação da apresentadora.

A participação do telespectador no Jornal da Cultura – segunda edição acontece de forma espontânea, com a apresentadora mostrando em telão o conteúdo e fazendo a leitura dos conteúdos que cada um dos telespectadores enviou, com a devida identificação do nome de cada um deles. Na maioria das vezes a participação do telespectador é mostrada no último bloco do teletjornal, onde depois de lidos pela apresentadora são comentados pelos comentaristas que estão na bancada. Esporadicamente ao longo do teletjornal, alguns vezes são lidos alguns comentários, geralmente quando tem alguma ligação com o que está sendo mostrado ou comentado. Acredita-se que existe na produção do teletjornal um mediador que recebe todas as contribuições dos telespectador e seleciona, de acordo com o conteúdo que está sendo exibido no teletjornal.

Para esta análise recortamos apenas os comentários, via Twitter que são mostrados no último bloco do teletjornal, sempre em bloco de três. Na edição do dia 09 de janeiro de 2018 dois comentários mostrados trataram de temas como a mobilização de jovens no Brasil – primeiro: “Os ditadores não se deram conta de que eles não têm mais espaço no mundo”, o aumento da informalidade devido ao desemprego”, segundo: “Deviam dar liberdade para essas pessoas trabalharem nas ruas porque desempregados a menos são mais famílias com algum sustento”, e o terceiro foi sobre as atitudes do poder judiciário, “Já se perdeu o respeito pela justiça faz tempo. Imagina se estão preocupados com a moralidade dos seus atos? Basta ver todos os últimos nomeados no governo”. Os dois primeiros comentários se referiram à reportagem exibida que tratou do engajamento dos jovens, por meio de ONG's que buscam a conscientização política dos mesmos. O terceiro comentário refere-se a outra reportagem sobre a impossibilidade da deputada Cristiane Brasil em tomar posse, devido ao Tribunal Regional Federal manter a suspensão da nomeação da mesma.

Na edição do dia 10 de janeiro dois *tweets* enviados foram sobre a nomeação do diretor do Detran de Minas Gerais, com 120 pontos na carteira de habilitação - “porte de arma no lugar da carteira nacional de habilitação” e “Diretor do Detran cheio de multa, \*Ministra do Trabalho cheia de processo trabalhista...\*\*Tô pronto para assumir a presidência do SERASA\*. Os *tweets* exibidos se referem à reportagem exibida anteriormente abordando a questão. O terceiro *tweet* foi sobre o manifestó feminista da Europa “Catherine Deneuve, expõe o falso moralismo e puritanismo americano! À mulher sabe dizer não, como também sabe seduzir e dizer sim!”. Uma nota coberta mostrando um polêmico manifesto de feministas europeias, em oposição às manifestações contra o assédio sexual ocorrida anteriormente, nos Estados Unidos, durante a premiação do Globo de Ouro.

Na edição do dia 11 de janeiro, o primeiro *tweet* comentou sobre a criminalização do assédio, “uma coisa é assédio outra são pessoas que querem um minuto de fama... Logo vc não poderá olhar o que será assédio”. O segundo sobre a corrupção nos presídios, “se tem corrupção em Brasília, imagina nos presídios!”, e o terceiro foi sobre a doença da conexão, “Criança hiperconectada e pouco ligada no mundo real. Pais pouco conectados com os filhos. É pouco animadora a realidade!”. Ambos comentários se referiram às reportagens exibidas anteriormente.

No dia 12 de janeiro o primeiro *tweet* foi uma sugestão de livro que um telespectador enviou, “Sugestão de livros? O diário de Anne Frank”, revelando assim, certa liberdade ao telespectador, que após assistir aos

comentaristas apresentarem sugestões de leitura, resolveu enviar a sua também. A produção do telejornal, com esta atitude colocou o telespectador em pé de igualdade com os comentaristas da bancada, mostrando-se dialética e democrática. O segundo foi sobre remédios falsos, “Brasil, o país dos remédios falsos, notícias falsas, falsos políticos e políticos falsos”, que se refere também a uma reportagem exibida anteriormente. O terceiro foi sobre a polémica da suspensão de uma exposição acusada de pornografia, “antes arte que pornografia política”. A reportagem retomou o caso ocorrido anteriormente apresentando os desdobramentos judiciais ocorridos, com o cancelamento da exposição, devido a protestos.

## CONSIDERAÇÕES

A utilização do comentário de especialistas na bancada, e a possibilidade de participação do telespectador, por meio do *Twitter* foi identificada como uma estratégia editorial, que consegue inovar e dar maior credibilidade ao Jornal da Cultura, pois toda a operação acontece, ao vivo, durante a exibição do telejornal, deixando transparecer a autenticidade e a informalidade da improvisação. Outro aspecto importante identificado é a relação dialética que se estabelece entre o emissor e o receptor, colocando ambos, em alguns momentos em situação de igualdade, com a possibilidade de opinar contra ou a favor de determinada reportagem exibida pelo telejornal.

O comentário se reconfigura como um formato do gênero jornalístico opinativo, que diante da contemporaneidade se revigora e assume papel importante na crítica e na reflexão das reportagens informativas exibidas pelos telejornal. Retomando os primórdios dos estudos dos gêneros jornalísticos, onde Marques de Melo (1985) definiu o comentário como um formato que: “explica as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas conseqüências. Nem sempre emite uma opinião explícita. O julgamento dos fatos é percebido pelo raciocínio do comentarista, pelos rumos da sua argumentação” (MARQUES DE MELO, 2010, p. 64). É importante ressaltar também um elemento importante para a compreensão e interpretação das notícias do telejornal, como a continuidade, que é apresentada pelo autor como característica inerente ao comentário. “Uma matéria que contém apreciação de um fato articula-se necessariamente com as que antecederam e com as que virão” (MARQUES DE MELO, 2010, p. 64). E isso foi percebido durante a análise, ao encontrar em duas edições os desdobramentos da reportagem sobre a posse não ocorrida da deputada Cristiane Brasil, como Ministra do Trabalho.

A participação como palavra de ordem no mundo contemporâneo vem ganhando espaço na mídia em geral. A televisão e conseqüentemente o telejornalismo, que sempre se manteve afastada desse fenômeno, devido às questões de ordem técnica e de estrutura, vem agora se lançando, mesmo que timidamente e de forma controlada e selecionada, neste espaço de diálogo e de troca de informação. Isso coloca o espectador em uma nova e privilegiada condição de participante. “A lógica antiga, a lógica televisiva, tratava os espectadores como pouco mais do que coleções de indivíduos. Seus membros não agregavam qualquer valor real uns aos outros” (SHIRKY, 2011, p. 41). Com a mudança do analógico para o digital, processo que no Brasil está em curso, pois iniciou em 2007, e está prevista a finalização em 2020, iniciou-se a abertura para a participação na televisão, como foi constatado no caso desta pesquisa. “A lógica da mídia digital, por outro lado permite que as Pessoas Antes Conhecidas Como Espectadores agreguem valor umas às outras, todos os dias” (SHIRKY, 2011, p.41).

O Jornal da Cultura – segunda edição adotou o comentário e a participação do telespectador, como uma estratégia editorial, que o diferencia dos demais telejornais, e apresenta-se como uma proposta dialética para o telespectador que participa, e, ainda, proporciona, por meio dos comentaristas uma visão diferenciada e ampliada das reportagens exibidas, com contextos e explicações proporcionadas pelos mesmos. Trata-se de uma forma didática de desdobrar as informações e buscar ampliar o horizonte do telespectador. A pesquisa constatou que a proporção entre o conteúdo informativo produzido pela emissora (reportagens, notas, notas cobertas etc.) apresenta um tempo menor do que o conteúdo opinativo do comentário exibido diariamente, ao vivo na bancada do telejornal. Isso mostra que o foco editorial do telejornal não está somente na informação, mas também na reflexão e na explicação das informações para o telespectador.

## REFERÊNCIAS

- ASSIS, F. Gênero Diversional. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Interpretativo: Filosofia e Técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- COSTA, L. A. Gêneros jornalísticos. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010.
- COSTA, L. A.; LUCHT, J.M.P. Gênero interpretativo. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010.
- CULTURA, Jornal da. Data de exibição: 09/01/2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qXfVIZT9BC8&t=1s>. Acesso em 13 de janeiro de 2018.
- CULTURA, Jornal da. Data de exibição: 10/01/2018 – CULTURA, Jornal da. Data de exibição: [https://www.youtube.com/watch?v=w163C5\\_1KCI&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=w163C5_1KCI&t=5s). Acesso em 13 de janeiro de 2018.
- CULTURA, Jornal da. Data de exibição: 11/01/2018 – <https://www.youtube.com/watch?v=DwfZavqSFOw&t=2s>. Acesso em 13 de janeiro de 2018.
- CULTURA, Jornal da. Data de exibição: 12/01/2018 – [https://www.youtube.com/watch?v=2VmkIfS\\_9uk&t=13s](https://www.youtube.com/watch?v=2VmkIfS_9uk&t=13s). Acesso em 13 de janeiro de 2018.
- CULTURA, Jornal da. Data de exibição: 13/01/2018 - [https://www.youtube.com/watch?v=\\_AwYrO8czvl](https://www.youtube.com/watch?v=_AwYrO8czvl). Acesso em 13 de janeiro de 2018.
- CULTURA, TV. Disponível em: <http://tvcultura.com.br/programas/jornaldacultura/>. Acesso em 13 de janeiro de 2018.
- CHAPARRO, M. C. C. **Sotaques d'aquém e d'além mar – Travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos**. São Paulo: Summus Editorial, 2008.
- JENKINS. Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Senac, 2009.
- MAIA, Geimison. KNEIPP, Valquíria. **O Comentário no Bom Dia Brasil**. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo. 2º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba – Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Novembro de 2012.
- MARQUES DE MELO, José. Gêneros jornalísticos: conhecimento brasileiro. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010a.
- MARQUES DE MELO, José. Introdução. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010b.
- MARQUES DE MELO, José; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010.
- REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil – um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- SHIRKY, Clay. **A cultura da participação – criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- TEMER, A. C. R. P. **Notícias & Serviços nos telejornais da Rede Globo**. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo – Porque as notícias são como são. v. I. 2. ed.** Florianópolis: Editora Insular, 2005.
- TRESCA, Laura Conde. Gênero informativo. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010.
- VAZ, T.C.V. Gênero utilitário. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2010.
- YIN, Robert K. **Estudo de Caso – Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# Mulheres e jornalistas: o olhar dos pesquisadores no Brasil

*Ana Carolina Rocha Pessoa Temer<sup>303</sup>*

*Marli dos Santos<sup>304</sup>*

**RESUMO:** Este trabalho documenta a presença de pesquisas em comunicação sobre as mulheres jornalistas, no período de 2001 a 2016, em programas de pós-graduação no Brasil. As dissertações e teses foram coletadas por meio de busca sistematizada no banco de teses e dissertações da Capes. Trata-se, portanto, de uma pesquisa que envolve a temática da feminização do jornalismo e ainda que indiretamente, questões relativas a gênero, visibilidade e preconceito. Desta forma, o inventário destaca o perfil dessa produção, tendo em vista autoria, tipo de trabalho, temática, instituições, entre outros aspectos. A pesquisa foi realizada em duas etapas, na primeira houve categorização e quantificação dos dados, por meio de análise de conteúdo, na segunda, uma análise qualitativa dos resumos das teses e dissertações. Concluímos que a produção científica sobre mulheres também reflete uma ausência ou até uma omissão dos estudos na pós-graduação em comunicação sobre a mulher jornalista e questões de gênero que perpassam a atividade profissional na amostra estudada. Isso pode representar senão uma convivência, pelo menos uma negação ou complacência com a continuidade de uma invisibilidade que, na direção contrária de mudanças sociais e culturais consideráveis, ainda se infiltra nas relações sociais.

## INTRODUÇÃO

Ao invocarmos a palavra jornalista, remetemos tanto a uma atividade profissional que parece passar incólume a questão de gênero, seja pela natureza da profissão, e pelo o histórico da atividade, que emerge como prática essencial durante a revolução burguesa, no século XVIII, período em que o jornalismo ficou conhecido como idealista, em busca da liberdade, igualdade e fraternidade, seja como atividade que se pretende estar na vanguarda das relações sociais, e, portanto, afastada dos preconceitos e visões estereotipadas das relações de gênero. Acrescente-se que as jornalistas jamais se manifestaram sobre o tema, passando a ideia de que não têm motivos para isso. No entanto, a invisibilidade que cerca essa questão encobre as desigualdades que afetam as relações de gênero e as dificuldades enfrentadas pelas mulheres jornalistas.

Mesmo um breve olhar exploratório mostra que a presença da mulher no jornalismo tem crescido em grande velocidade, e que as jovens jornalistas que hoje emergem dos cursos de comunicação e/ou jornalismo, onde se apresentam em posição majoritária, estão *ocupando* as redações. No entanto, a presença majoritária das mulheres na profissão não significa um empoderamento das jornalistas (LEITE, 2015).

É importante observar que há um efeito perverso nas profissões em que mulheres são a maioria. Pelo menos é o que aponta a pesquisa de Levanon, England e Allison (2009), a qual conclui que os salários diminuem quando as mulheres ocupam a maioria dos postos em uma determinada profissão; o inverso também é verdadeiro. O salário é comparativamente mais atraente em profissões majoritariamente ocupadas por homens. A explicação é que a atividade profissional ocupada mais por mulheres é percebida como menos importante para a empresa, talvez pela imagem da mulher estar associada a atividades no ambiente doméstico, menos valorizado também.

Rocha (2007) se dedicou em identificar a relação entre trabalho e família das jornalistas e encontrou três perfis de profissionais, comparando as mulheres que trabalham na capital e interior (Ribeirão Preto) do Estado de São Paulo. Os resultados apontam que, de acordo com a experiência profissional e idade, as jornalistas mudaram suas relações com a família e a profissão. Essas mudanças estão em sintonia com as principais mudanças históricas, sociais e culturais da sociedade. De acordo com a autora, as jornalistas do tipo 1, mais experientes, priorizam a família; as do tipo 2, mais jovem, priorizam a profissão, mas tentam equilibrar com as atividades domésticas; por fim, as jornalistas inovadoras do tipo 3, que optam por não ter família e por atuar em áreas mais diferenciadas do jornalismo (inteligência artificial, meio ambiente), inclusive por engajamento político e tecnológico.

<sup>303</sup> Ana Carolina Rocha Pessoa Temer é jornalista, professora do Programa de Pós-Graduação, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Email: anacarolinatemer@gmail.com

<sup>304</sup> Marli dos Santos é jornalista, professora do Programa de Mestrado em Comunicação da Cásper Líbero. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Email: marlijor58@globo.com

Mesmo repetindo um discurso de igualdade e defesa da cidadania e dos direitos iguais para todos, o jornalismo – e os jornalistas -, tendem a repetir nas redações os preconceitos e condições presentes na sociedade. No caso da emergência das profissionais de jornalismo, isso significa que é negado a elas condições de tempo para trabalhos investigativos; a ascensão profissional é mais dificultada; que são mais suscetíveis a sofrer discriminações e serem vítimas de assédio, tanto nas redações quanto fora delas; e se inserem prioritariamente em setores com menos valorizadas da profissão.

Na prática, isso significa que a atividade do profissional do jornalismo é segmentada e estratificada segundo diferenças de gênero quanto à remuneração, à jornada de trabalho, às funções e aos veículos de comunicação. Esse elemento, aliás, é reforçado pelos números: a pesquisa sobre o perfil dos jornalistas brasileiros, feita por Mick e Lima (2013), pela Universidade Federal de Santa Catarina, em parceria com a FENAJ, aponta que as mulheres jornalistas são maioria somente no grupo dos que ganham até cinco salários mínimos: 65,5% se encaixam nessa faixa salarial. Quando os dados envolvem os profissionais que ganham mais de cinco salários há uma inversão de posição: as mulheres correspondem a 31,9%. Essa relação se amplia na mesma medida em que as remunerações sobem: os homens correspondem a 51,8% dos profissionais de jornalismo que recebem mais de dez mínimos e 64,4% dos que têm vencimentos de mais de 20 salários mínimos<sup>306</sup>. A questão se torna ainda mais grave quando consideramos que o percentual de mulheres com curso superior é muito maior que o de homens na carreira de jornalismo: o percentual de jornalistas com curso superior nas redações é de 73,16%, enquanto entre os homens este número despenca para 53,91%. Na prática, isso demonstra que as mulheres estudam mais e ganham menos ou igual aos homens.

A gravidade do pouco debate sobre essa questão é ainda maior quando pensamos o jornalismo como uma atividade necessariamente distante dos preconceitos, sempre na vanguarda dos movimentos sociais e cujo caráter impulsiona a defesa de todas as injustiças sociais. No entanto, particularmente no caso brasileiro, as angústias nas redações se voltaram para questões aparentemente mais prementes – ou, na visão dos seus profissionais, mais graves – como a violência urbana e questões ligadas a corrupção, evitando que o tema fosse enfrentado com seriedade nas redações.

Essa percepção se espelhou nas pesquisas sobre jornalismo no Brasil, que, pressionada pelas relações de poder que envolvem o jornalismo em um nível tanto político quanto empresarial, tem colocado em um plano menor – ou abordado de forma secundária – a questão da mulher jornalista ou mesmo as abordagens que o jornalismo faz sobre as mulheres e alguns evidentes ou discretos preconceitos que estas abordagens carregam. Em pesquisa realizada em 2016, pelo Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal (SJPDF), denominada "Desigualdade de Gênero no Jornalismo" (SINDICATO..., 2017) com a participação de 535 mulheres jornalistas, quase 78% disseram ter sofrido assédio moral dentro das redações, envolvendo a chefia e os colegas de profissão, e mais que isso, 78,5%, disseram que vivenciaram situações de preconceito. Do ponto de vista do exercício profissionais, duas coisas chamaram a atenção: a primeira é que mais de 70% sofreram foram excluídas de certas pautas consideradas mais masculinas, sendo também desvalorizadas, 61,5%, com salários menores, quando ocupam determinados cargos quando comparadas com homens.

Neste sentido, a proposta deste texto é fazer um painel que aponte o olhar dos estudos acadêmicos sobre presença feminina no jornalismo, considerando os aspectos particulares que define essa situação no Brasil, país no qual as relações de poder e dominação de gênero não superaram por completo a influência do modelo colonial, escravocrata e patriarcal. Mas é também uma proposta para pensar/repensar o jornalismo, a partir das suas possibilidades de mudanças e adaptação, dos compromissos com suas bases éticas, com a democracia e com a cidadania, além de abrir espaço para considerações sobre o mercado de trabalho, o *status* e visibilidade da profissão.

Em termos conceituais, a pesquisa teve como base uma análise das relações entre jornalismo e gênero, na perspectiva das mulheres, em um debate que inclui a feminização da profissão, mas também ou, sobretudo, a percepção das questões relativas as relações de gênero, na representação e a visibilidade dada a este tema pelos pesquisadores acadêmicos que se dispõem a teorizar e refletir sobre essas relações.

A pesquisa foi realizada em duas etapas, a primeira um mapeamento no banco de teses e dissertações da Capes – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. A segunda, uma análise qualitativa dos resumos dos trabalhos, para verificar o foco das pesquisas realizadas sobre mulheres jornalistas. Foi utilizada como técnica de pesquisa a análise de conteúdo em um total de 20 trabalhos apurados. O detalhamento dos procedimentos metodológicos estão explicitados em tópico específico neste artigo.

<sup>306</sup> Evidentemente essa questão não afeta apenas o jornalismo "indicadores no Brasil mostram que a igualdade entre homens e mulheres ainda está longe de ser alcançada" (PISCITELLI 2009) p. 122).

Enquanto artigo entende-se que será impossível esgotar o tema, mas a proposta é, antes de tudo, fazer um mapa – um estudo da arte – sobre as abordagens de dissertações e teses dadas a este tema, destacando de forma indireta, sua pouca presença nos estudos de jornalismo.

## O JORNALISMO E OS JORNALISTAS

O jornalismo tem suas raízes ligadas a dois aspectos da modernidade: o processo de urbanização, que se inicia no século XIII e se consolida no século XVI, (MARQUES DE MELO, 2012), e no desenvolvimento de técnicas e tecnologias, em particular tecnologias de impressão, que possibilitaram a divulgação em larga escala de informações. A somatória destes dois aspectos toma uma forma específica no século XIX, quando o jornalismo torna-se uma atividade empresarial de larga escala – o que envolve grandes investimentos em tecnologia e a formatação de profissionais especializados para sua realização.

Os jornalistas, é claro, precedem a esse processo de profissionalização, mas antes se constituíam em grupos sem direitos ou qualidades claramente definidas, compostos principalmente por indivíduos que buscavam ingressar em outras carreiras, principalmente para a política, a jurisprudência e a literatura (TRAQUINA, 2004).

A profissionalização da atividade, no entanto, sempre foi resultado de controvérsia, que passam inclusive por interpretações equivocadas de que a garantia da formação profissional representa uma ameaça à liberdade de imprensa<sup>308</sup> que, no conjunto, serviram principalmente para o rebaixamento dos salários dos profissionais que ingressavam na profissão. Não por acaso, esse período também é marcado pela chegada em grande escala das jornalistas com formação superior nas redações.

Essa relação envolve questões históricas: o jornalismo contemporâneo é quase sempre também um negócio, uma empresa voltada para o lucro<sup>309</sup>, atuando como um dos principais meios de legitimação e divulgação de ideologias e valores nas sociedades modernas. Mas o jornalismo é também um modelo sistematizado de divulgação de informações de interesse público, uma forma de atender a necessidade de uma sociedade na qual o gigantismo e a complexidade das relações sociais, políticas e econômicas exige uma persistente, constante, concrescente e cada vez ampla por informações.

Nessa relação, o jornalismo é um lugar fundamental para dar visibilidade às questões que tencionam a sociedade, constituindo-se ele mesmo um espaço de poder – quarto poder? – no qual os jornalistas são agentes, atores sociais mais também empregados (operários) limitados pelas intenções de empresas em empresários conscientes do potencial da atividade e dispostos a agir e usar o jornalismo na defesa dos seus interesses. No entanto, é sempre necessário lembrar que a relação do jornalismo com a sociedade – ou com seu público potencial - não pode ser restringido a essa relação: o jornalismo, um espaço midiático cuja definição básica está no compromisso de narrar à realidade (ou a verdade dos fatos), atua como construtor da realidade, mas sua eficiência é delimitada pela capacidade de conquistar e manter o seu público, oferecendo a eles um *cardápio* de informações que, sendo também sedutoras (esteticamente trabalhadas) atenda às necessidades objetivas e subjetivas de informações essenciais para sua manutenção individual e coletiva nesta sociedade.

Para atender a essa relação em si mesma complexa, quando não contraditória, as dificuldades para definir o jornalismo enquanto profissão (elemento que deve até mesmo anteceder o critérios para a formatação da formação profissional) permanecem. Para Ortega e Humanes a profissão de jornalismo se distingue de um ofício porque possui:

- (1) um saber sistemático e especializado, transmitido por uma instituição acadêmica, geralmente a universidade;
- (2) um alto grau de autonomia no exercício da atividade profissional;
- (3) uma organização interna da profissão, sobretudo através de um código ético;
- (4) uma cultura própria interiorizada no processo de socialização;
- (5) a oferta de um único e essencial serviço à sociedade;
- (6) prestígio social e legal reconhecido. (2000, p. 135)

Giddens (1991) define a profissão de jornalista a partir de sua inclusão em um *sistema perito* ou *sistema especialista/especializado*, ou seja, um sistema no qual as atividades cujas características e definem a partir da

<sup>308</sup> A disputa judicial mais recente sobre o tema começou em 2001, quando a 16ª Vara Federal de São Paulo concedeu liminar (decisão provisória) que suspendeu a obrigatoriedade do diploma para a obtenção de registro profissional; e foi concluída em 17 de junho de 2009, o STF declarou inconstitucional a obrigatoriedade do diploma de jornalismo para o exercício da profissão, seguindo o mesmo argumento defendido em 2001, o da defesa da liberdade de expressão e liberdade de exercício profissional. Em resposta a esta decisão, foi apresentada, ainda em 2009, a PEC 386/09, que objetiva restabelecer a necessidade de curso superior específico para atuar na profissão, mas ainda não foi a plenária na Câmara dos Deputados.

<sup>309</sup> Essa relação é tão forte que mesmo os veículos ligados ao Estado, tende a seguir o exemplo das grandes empresas de mídia, tanto na forma de organização, quanto na produção de conteúdos jornalísticos.

autonomia em relação àqueles que consomem seus serviços, que por sua vez é fundamentada na crença da competência especializada daqueles que desenvolvem estas atividades e fazem parte destes sistemas. A somatória destes dois elementos confere um *status* distinto e generalizado perante aos grupos de que o profissional pertence (neste caso, outros jornalistas) mas também perante a sociedade. “Desta forma, o jornalismo enquanto sistema perito se autolegitima na “...crença na correta seleção das notícias, diante do estoque de “fatos” disponíveis,” (MIGUEL, 1999, p. 200, grifos do autor), ou seja, porque os consumidores de notícias reconhecem e confiam nos jornalistas como especialistas na investigação, seleção e divulgação de tudo que verdadeiramente é importante.

Ressalta-se ainda que a crença no *sistema perito* é também sustentada na experiência cotidiana, no próprio funcionamento do sistema<sup>310</sup> (MIGUEL, 1999, p. 200); mas no jornalismo, uma vez que a essa crença se sustenta também porque os jornalistas conhecem e reafirmam midiaticamente sua importância (para manutenção da ordem, da democracia, para vigilância social e divulgação de tudo que é importante). Cria-se assim um truísmo: o jornalismo é importante porque o jornalismo (que sabe tudo que é importante) assim o diz. Ou ainda, o caráter midiático do jornalismo permite que ele seja também seu próprio legitimador.

No entanto, essa relação, aparentemente vantajosa, não beneficia os jornalistas. Embora a sua função primária seja a narrativa dos fatos/acontecimento, são também forçados a dar sentido à incessante sucessão de acontecimentos, em um processo que inclui um contínuo julgamento da sua responsabilidade passo prévio para o reconhecimento social que eles mesmos elevaram a um padrão inalcançável (o saber de tudo que é importante). Uma vez que uma profissão se define por seus limites, os jornalistas se inserem em um paradoxo: são mais que uma profissão, e sendo mais são também menos que as outras profissões, pois não chegam a definir seus próprios limites. Como consequência

*Os jornalistas dão mais do que se exige a uma profissão, confundindo vida e trabalho, pois o jornalista o é em todo momento: sua personalidade gira permanentemente em torno do que faz, e isto que faz não tem limites, nem temporais nem espaciais*<sup>311</sup> (ORTEGA e HUMANES, 2012, p. 169, livre tradução da autora).

Nesse sentido, as relações de gênero, bem como os preconceitos que permeiam essa relação, não têm espaço (contraditoriamente) em uma atividade que não oferece condições para a autorreflexão. Assim, o jornalismo e os jornalistas, por si mesmos transformadores das relações sociais, pouco debatem as percepções da realidade que afeta o seu trabalho. Portanto, compreender até que ponto essas mudanças impactam as atividades profissionais das jornalistas e o próprio jornalismo torna-se, ao nosso ver, essencial à sociedade e à pesquisa. E é justamente em busca de indicativos sobre a temática proposta que nos debruçamos neste artigo, em busca de delinear os interesses dos pesquisadores sobre a relação jornalismo, jornalistas, mulheres jornalistas e jornalistas no feminino.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para mapear a presença de pesquisas em pós-graduação na área da comunicação sobre mulheres jornalistas, elegeu-se como base de dados do objeto empírico os trabalhos disponíveis no Banco de Teses e dissertações da Capes. A escolha dessa base de dados se deu em virtude de sua representatividade na produção científica brasileira. Foram utilizadas como palavra-chave “gênero, mulher, mulher jornalista, feminino, jornalismo”, sendo que o período analisado foi de 2000 em diante. Os resultados da busca apresentaram 2426 trabalhos, entre teses e dissertações. O procedimento seguinte incluiu a leitura dos dados do trabalho na base de dados e a seleção dos trabalhos tendo como referência principal os títulos dos trabalhos. As dúvidas foram sanadas com a leitura dos resumos, na plataforma ou nas páginas dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, para confirmar o critério de escolha, ou seja, trabalhos focados em mulheres jornalistas. Há centenas de trabalhos sobre o conteúdo/discurso de produtos jornalísticos em relação a gênero, e especificamente mulheres, porém, na triagem realizada observamos apenas 20 trabalhos que efetivamente apresentavam o foco estabelecido para esta pesquisa. Após a seleção dos trabalhos, eles foram categorizados em ano, tipo de trabalho, autoria, incidência da produção por instituição, Perfil da instituição de origem e título. Também foram compilados todos os resumos em tabela, para a análise qualitativa.

Adotou-se como técnica a Análise de conteúdo (BARDIN, 2010), nas perspectivas quanti e qualitativa. Foi construída uma tabela geral de mapeamento, para visualizar os dados, posteriormente gráficos para cada categoria. Em seguida, foi realizada uma análise descritiva dos dados e, como segunda etapa, uma análise qualitativa dos resumos, na qual se buscou aprofundar nas problemáticas trazidas nessa produção científica, foco deste artigo. A seguir, a Tabela 1 apresenta mapeamento das teses e dissertações sobre mulheres jornalistas:

<sup>310</sup> Exemplificando: um médico é um bom médico porque consegue resultados (curas, melhoras) que outros indivíduos (que não são profissionais de medicina) não alcançam.

<sup>311</sup>No original : ...el periodista lo es en todo momento: su personalidad gira permanentemente en torno a lo que hace, y esto que hace no tiene límites, ni temporales ni espaciales.

Tabela 1 – Mapeamento de teses e dissertações sobre mulheres jornalistas

Ano	Título	Tipo	IES	Autora
2001	Repórteres pioneiras – resgate da trajetória de três jornalistas através da história oral	M	USP	Criado, Alex
2001	A dialogia escritural em Marina Colasanti	M	USP	Vidal, Marly Camargo de Barros.
2002	Brasil mulher: Joana Lopes e a imprensa alternativa feminista	M	UFRGS	Debértolis, Karen Silvia.
2003	Do jornal a poética de Maria Tereza Horta: o processo criativo de Maria Teresa Horta a luz da semiótica	M	PUC-SP	Lopes, Antoniella Carneiro Devanie
2003	Mulheres jornalistas	M	USP	Dias, Iara de Jesus
2003	Adélia Prado: a matriz jornalística	M	PUC-SP	Silveira, Dionísio Pedro da
2004	Imprensa feminista pos-1974'	M	USP	Cardoso, Elizabeth da Penha
2006	Mulheres jornalistas no telejornalismo: a cidadania das que constroem cidadania	M	USP	Matos, Carolina Leite Franklin de
2007	Revista A Violeta: um estudo de mídia impressa e gênero	M	UNIP	Freire, Otávio Bandeira de Lamônica
2007	Jornalismo em primeira pessoa: a construção de sentidos das narradoras da revista TPM	M	UFRGS	Silva, Patrícia Rocha da.
2008	A enunciação do cotidiano: estudo de textos de Clarice Lispector para o caderno B do jornal do Brasil de 1967 a 1973	D	USP	Ferreira, Vilma Moreira
2008	Jornalismo cultural: a produção de Patrícia Galvão no jornal a tribuna	M	UMESP	Costa, Marcia Rodrigues da
2013	Gênero, poder e resistência: as mulheres nas indústrias culturais em 11 países'	D	UFPE	Veloso, Ana Maria da Conceição.
2013	O auge de Nellie Bly: uma jornalista estadunidense no final do século XIX	M	UFSC	Queiroz, Natalia Costa
2013	Descobertas de si e do mundo intimidade e poética do cotidiano na crônica de Clarice Lispector	M	UNB	Jatoba, Vivian Resende
2014	Guerra e narrativa : um estudo dos relatos jornalísticos de Martha Gellhorn.	M	UNB	David, Hadassa Ester.
2015	Marcas de gênero e performance: a construção do lugar para a mulher apresentadora no telejornalismo	M	UFBA	Portela, Maira dos Santos
2015	Jornalismo literário na internet: um estudo da coluna de Eliane Brum para o portal da revista Época	M	FCL	Feriani, Marcela.
2015	Saberes para a profissão, sujeitos possíveis: um olhar sobre a formação universitária dos jornalistas e as implicações dos regimes de poder-saber nas possibilidades de encontro com a alteridade	D	UFRGS	Silva, Marcia Veiga da
2016	Parresia e hermenêutica de profundidade nas trilhas de Hermes: raça e gênero em formas simbólicas sobre o jornalismo como profissão no Brasil.	D	UNB	Rosa, Isabel Cristina Clavelin da

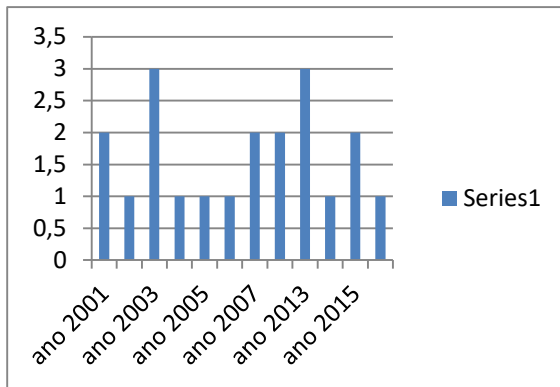
Fonte : Elaborado pelas autoras, com base no Banco de dados da CAPES.

Na tabela acima verificamos que, no período analisado, a produção científica sobre mulheres jornalistas ocorre a partir dos anos 2000 até 2016. No Gráfico 1 a seguir observa-se a pouca produção em relação ao tema e uma lacuna considerável entre os anos 2008 a 2013, período em que não observamos trabalhos com o foco do nosso estudo. Observa-se também uma tendência de maior produção de 2001 a 2008, com 12 trabalhos, ou seja, mais de 50% da produção coletada. Contraditoriamente, estamos vivendo, nos últimos cinco anos, o que alguns chamam de Primavera do feminismo<sup>312</sup>.

<sup>312</sup>A Primavera Feminista no Brasil surge em 2015, quando ocorreram os protestos contra o projeto de lei 5069/2013, que dificultava o atendimento no serviço público de mulheres que sofressem violência sexual. Esses protestos ocorreram em várias cidades brasileiras e mobilizaram milhares de mulheres por meio das redes sociais, ganhando as ruas. Há várias referências à expressão "Primavera feminista" ou "Primavera das mulheres" em matérias jornalísticas publicadas em 2015 sobre essas manifestações.



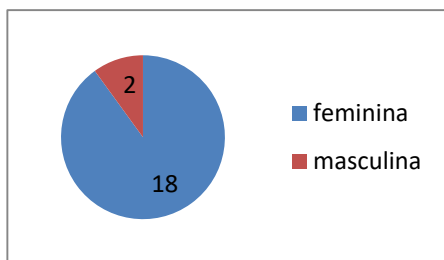
**Gráfico 1 – Frequência da produção**



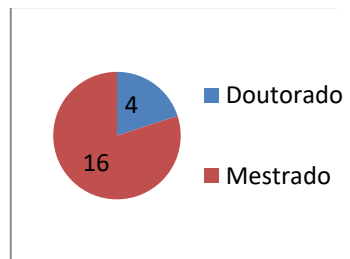
Até 2016 foram realizados 20 trabalhos, conforme resultado da busca na base de dados da CAPES, sendo quatro doutorados, concentrados basicamente a partir de 2013, e 16 dissertações de mestrado ao longo do período. As mulheres são maioria autoras dos trabalhos (18).

As instituições que abrigaram esses estudos são, na maioria, universidades públicas, federais e estaduais (15), sendo que 3 foram apresentados em institucionais confessionais (PUC-SP e UMESP) e dois em universidades privadas (UNIP e Cásper Líbero). Os dados são apresentados a seguir. **Gráfico 2 - Autoria**

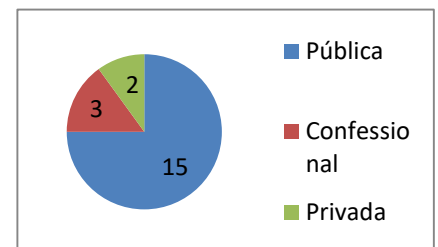
**Gráfico 2 - Autoria**



**Gráfico 3 – Tipo de trabalho**



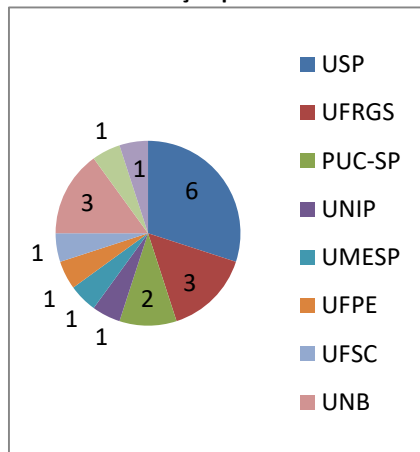
**Gráfico 4 – Instituições de origem**



Fonte : Elaborado pelas autoras

Evidencia-se também na Análise do material a presença esporádica de pesquisas em alguns programas, com maior incidência na USP e UFRGS. Há concentração dos estudos em universidades do Sudeste e Sul brasileiros, conforme mostra o gráfico em sequência.

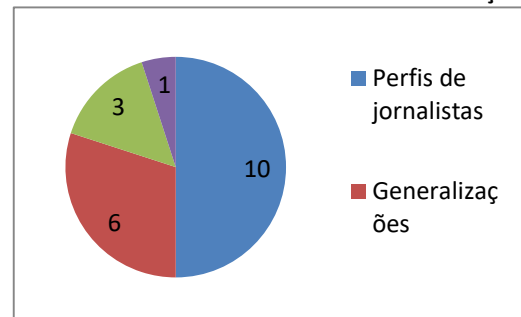
**Gráfico 5 – Produção por IES**



Fonte : Elaborado pelas autoras

Quanto aos temas, verifica-se que a maioria dos trabalhos, quase metade da produção científica sobre o assunto, aborda perfis individuais de jornalistas (10); 6 são trabalhos que buscam generalizações na atuação da mulher no jornalismo ; 3 têm como foco o engajamento político. Apenas uma pesquisa trata da formação de jornalistas, em que a questão de gênero se torna foco, conforme gráfico 6.

**Gráfico 6 – Temas das Teses e dissertações**



Fonte : Elaborado pelas autoras

(BRITO, 2015).

## PERFIS DE JORNALISTAS

O que mostra o gráfico anterior, sobre temas das teses e dissertações coletadas na base de dados pesquisada, identifica 4 grupos de trabalhos agrupados pelo foco adotado. Como já foi dito, a maioria das pesquisas é dedicada especificamente a uma única mulher jornalista, pela relação principalmente com a literatura, pelo ativismo político ou pioneirismo na profissão, entre elas estão: 1) A dialogia escritural em Marina Colasanti; 2) Brasil mulher: Joana Lopes e a imprensa alternativa feminista; 3) Do jornal a poética de Maria Tereza Horta: o processo criativo de Maria Teresa Horta a luz da semiótica; 4) Adelia Prado: a matriz jornalística; 5) A enunciação do cotidiano: estudo de textos de Clarice Lispector para o caderno b do jornal do Brasil de 1967 a 1973; 6) Jornalismo cultural: a produção de Patrícia Galvão no jornal a tribuna; 7) O auge de Nellie Bly: uma jornalista estadunidense no final do século XIX; 8) Descobertas de si e do mundo intimidade e poética do cotidiano na crônica de Clarice Lispector; 9) Guerra e narrativa: um estudo dos relatos jornalísticos de Martha Gellhorn; 10) Jornalismo literário na internet: um estudo da coluna de Eliane Brum para o portal da revista época.

Analisados em conjunto os trabalhos nessa categoria apresentam as jornalistas a partir de suas características extra jornalísticas; são sete trabalhos, dois deles sobre Clarice Lispector, que dão relevância à vinculação e produção literária ou à criatividade como elemento presente na escritura dessas mulheres jornalistas. A associação à literatura mostra principalmente que a condição diferenciada na produção textual, especialmente, destaca mais essas mulheres pela aproximação com gêneros fora do jornalismo tradicional. De fato, a biografia das sete jornalistas estudadas destaca-se também pela produção literária ou pelo diálogo com a mesma, o que agregaria uma espécie de *status* que justifica sua situação como objeto de estudo. Desta forma, embora se trate de mulheres jornalistas, a jornalista em sua função definidora como produtora diária de informações não é o ponto central.

No outro caso, o da militância, destaca-se apenas um trabalho, “Brasil mulher: Joana Lopes e a imprensa alternativa feminista”, que aborda a trajetória da jornalista que se confunde com a do próprio veículo no qual atua e a imprensa feminista. Dois trabalhos destacam jornalistas e seu pioneirismo na cobertura de guerra e nos primórdios da presença feminina nas redações, com ênfase às práticas profissionais.

## GENERALIZAÇÕES

O segundo conjunto a ser analisado diz respeito aos painéis (generalizações). São eles: 1) Repórteres pioneiras – resgate da trajetória de três jornalistas através da história oral; 2) Mulheres jornalistas; 3) Jornalismo em primeira pessoa: a construção de sentidos das narradoras da revista TPM; 4) Mulheres jornalistas no telejornalismo: a cidadania das que constroem cidadania; 5) Marcas de gênero e performance: a construção do lugar para a mulher apresentadora no telejornalismo; e 6) Parresia e hermenêutica de profundidade nas trilhas de Hermes: raça e gênero em formas simbólicas sobre o jornalismo como profissão no Brasil.

O primeiro deles aborda o pioneirismo de algumas mulheres na reportagem, com foco em histórias de vida, em meados do século XX, quando a presença feminina nas redações ainda era inexpressiva; o segundo, ao contrário, abrange a presença maciça de mulheres dentro da profissão jornalística, é o mais amplo, mas se detém na hipótese das mulheres estarem buscando no jornalismo uma nova identidade. A escolha da pesquisadora, que sem dúvida é uma contribuição relevante, sutilmente se afasta das questões primárias do jornalismo e a das tensões diárias, condições e contradições que afetam as mulheres que se dedicam a produção de notícias.

O terceiro trabalho, sobre “Jornalismo em primeira pessoa...” discute a atuação das jornalistas da TPM como narradoras que expõem suas emoções e seus pontos de vista, buscando fugir do estereótipo da mulher retratada nas revistas, porém, no estudo se reconhece que essa fuga normatiza novos padrões de feminilidade, o que aproxima o foco do trabalho ao preconceito enfrentado pelas mulheres, mas não exatamente na problemática da mulher jornalista e do impacto do preconceito na sua atividade profissional. A pesquisa seguinte abrange as mulheres no telejornalismo e cidadania, se aproxima mais das condições das práticas profissionais, uma vez que investiga a qualidade de vida e de trabalho de mulheres jornalistas que atuam no telejornalismo. Ainda que o trabalho tenha como foco as histórias de vida de três jornalistas com mais de 20 anos de trabalho na área, desenvolve generalizações importantes, destacando igualmente a importância do jornalismo (no caso específico, do telejornalismo) para a democracia e a cidadania.

É também sobre mulheres e televisão a quinta pesquisa desse conjunto, com foco em cinco apresentadoras de programas, especialmente jornalísticos, e as suas performances. As contribuições trazidas observam que as profissionais pesquisadas mantêm marcas do patriarcalismo no seu desempenho como jornalista. Nessa direção, promove uma reflexão sobre a possibilidade de tensionar modelos naturalizados, a fim de que, com isso, seja possível identificar ou estimular emergências na construção do lugar para a mulher apresentadora na televisão brasileira. O último trabalho desse conjunto é mais amplo, não tem como objetivo apenas as mulheres jornalistas, mas também as inclui, discutindo questões de gênero e racismo na profissão, considerando os jornalistas (homens e

mulheres) como “sujeitos enunciativos e sujeitos-discursivos”, produtores de formas simbólicas acerca do racismo, sexismo, relações raciais e de gênero. O trabalho se aproxima dos questionamentos sobre a inserção da mulher na produção jornalística, atravessada por relações de poder hegemônicas e de contradições que se expressam no imaginário de uma atividade ligada à defesa da cidadania e dos direitos para todos e de uma convivência na prática profissional que reproduz preconceitos e estereótipos presentes na sociedade.

## ENGAJAMENTO POLÍTICO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

A questão do engajamento político e/ou feminismo esta subtendida no conjunto dos trabalhos a seguir elencados: 1) Imprensa feminista pos-1974; 2) Revista A Violeta: um estudo de mídia impressa e gênero; 3) Gênero, poder e resistência: as mulheres nas indústrias culturais em 11 países. O estudo sobre a imprensa feminista discute especificamente os desdobramentos do projeto do movimento feminista brasileiro na imprensa feminista do país, mostrando como as mulheres jornalistas engajadas com o tema se preocupam com as questões de classe e com as diferenças sociais de gênero. A pesquisa sobre a Revista A Violeta também se alinha às contribuições das jornalistas, redatoras e editoras da publicação, para a visibilidade e a ruptura com os valores dominantes machistas; valoriza-se a contribuição das profissionais com a causa feminista, pertinente ao movimento da imprensa feminista no Brasil, mas não aborda a questão da jornalista no exercício profissional.

Por fim, o último trabalho do conjunto “Engajamento político” é mais amplo, trata de uma pesquisa com 15 emissoras de TV e 19 jornais em 11 países, apresentando um diagnóstico sobre as condições da atuação das mulheres jornalistas nesses veículos, que estão em minoria nos cargos de chefia e ainda sofrem preconceitos e discriminação. De outro lado mostra o impacto das estratégias da Rede Mulher e Mídia (RMM) em políticas de comunicação no Brasil. O trabalho tem o mérito de abranger vários países, apontar um cenário mundial ainda preocupante, e revelar a contribuição da RMM para alguns avanços em políticas públicas e no letramento midiático e inclusão tecnológica. Os três trabalhos variam do questionamento sobre a contribuição das profissionais para a emancipação feminina às condições profissionais desiguais presentes nas redações.

Por fim, o último trabalho, uma tese que se enquadra em outra classificação, pois foca na formação de jornalistas, e como os valores hegemônicos da sociedade, seus preconceitos e binarismos, que enquadram os sujeitos e os excluem, perpassam a formação dos futuros profissionais e acabam impregnando os “saberes da profissão”. A sua reprodução nas redações é também consequência da ausência de uma formação menos positivista e conservadora. O estudo não faz um recorte especificamente na questão da mulher jornalista, mas explora um aspecto crucial para a formação profissional, que é a naturalização de processos sociais desiguais.

## DESCONSTRUINDO A BANALIZAÇÃO DA SUBALTERNIDADE DA MULHER NO JORNALISMO

Ao chegar às considerações finais sobre o trabalho, as pesquisadoras destacam que na amostragem estudada certamente não se encontra a totalidade dos trabalhos sobre o tema desenvolvidos no Brasil. A opção pela base de dados da Capes, considerada a mais completa, mostrou que vários programas de pós-graduação estão ausentes, o que supõe a possibilidade de ausência de outros trabalhos sobre essa questão que poderiam contribuir para um painel mais amplo. Considerado este aspecto, é necessário acrescentar que o processo de construção da vida social envolve o estabelecimento de relações, olhares, percepções, não apenas entre os indivíduos e a natureza, mas também entre os indivíduos entre si. Essas relações, uma vez que se estabelecem como ideologicamente dominantes, que criam e recriam uma estrutura social fundamentada em relações de poder, tendem a ser reproduzidas em diferentes aspectos da vida social, como, no caso específico focado nesta análise, nos espaços de trabalho e na academia. Nesse sentido, os resultados obtidos neste sentido podem indicar uma tendência da falta de percepção da problemática sobre mulheres jornalista e relações de gênero em pesquisas na pós-graduação em comunicação no Brasil. Uma vez estabelecida uma relação de poder, ela se manifesta pelo aniquilamento do outro, tanto no aspecto físico, quanto no moral. Neste sentido, a relação de poder entre homens e mulheres se manifesta de forma clara no Brasil Imperial quando, tendo como pretexto o adultério, o assassinato de mulheres era legítimo. Mesmo nos anos 1970, portanto décadas depois da mulher marcar presença no mercado do trabalho e na academia, o matador da mulher era visto com complacência, compaixão, não sendo raros os casos de absolvição. Os ecos desta relação tem continuidade na pouca atenção dada aos casos de violência doméstica contra as mulheres, mas evidentemente também afetam as relações de trabalho. De fato, manter as mulheres em cargos subalternos ou em funções menores no mercado de trabalho é também uma manifestação de poder de uma sociedade cujos traços marcantes envolvem uma estrutura patriarcal e violenta.

Neste sentido, as desigualdades profissionais entre homens e mulheres, a diferenciação de papéis, atividades e funções no espaço profissional, atendem e reforçam as noções de virilidade ligadas ao domínio e a uma pretensa superioridade masculina. Seu impacto não se observa somente no âmbito individual – a vida cotidiana, a carreira e as pretensões salariais das profissionais de jornalismo - mas implicam também em ameaças para o bem-estar, para segurança pessoal e para o respeito aos seus direitos.

Presente em diferentes atividades profissionais, essa relação tem seu ápice justamente nas relações de poder que envolve o próprio jornalismo. Ao dar visibilidade a uma mulher jornalista, ao atribuir a ela uma capacidade de crítica social ou de interferir na opinião pública e em outros aspectos determinantes da sociedade, abre-se espaço para o questionamento das relações de poder (homem/mulher). No entanto, ao estudarmos essa visibilidade, vemos que ela foi construída prioritariamente por meio das exceções ou situações especiais – na qual a mulher jornalista obtém destaque por possuir *dons ou qualidades, ou mesmo por estar inseridas em situação excepcionais* que a levam para além do jornalismo; ou torna necessária a sua compreensão como algo fora do padrão.

A situação da mulher jornalista por ela mesma, o tensionamento das questões que envolvem sua relação trabalho versus família, desejos e expectativas, preconceitos e obstáculos a serem vencidos no dia a dia da redação jornalística não têm o destaque necessário, são invisíveis ou naturalizados como algo tão corriqueiro que não merece ser abordado/estudado. Essa relação exemplifica, entre outros aspectos, porque a questão do assédio, e particularmente do assédio sexual a mulheres jornalistas, é ignorada nos estudos sobre comunicação. Neste sentido, não apenas urge expor essas relações como entender que essas ações transpõem a barreira do interesse sexual: são uma forma de expor poder ou capacidade de dominação/controlar daqueles que se sentem mais fortes sobre os que consideram mais fracos.

Mesmo as mulheres que não se sentem subjugadas, mas que reconhecem que outras possam ser, relutam em reconhecer a dominação masculina, talvez porque o reconhecimento as levaria a um conflito com a idealização do próprio jornalismo e a uma autodesvalorização. Um aspecto que pode ser estendido a outras profissões e atividades.

Ignorar essas questões nos debates sobre mercado de trabalho e mesmo nos estudos sobre jornalismo, por sua vez, senão uma convivência, pelo menos uma negação ou complacência com a continuidade de uma relação que, na direção contrária de mudanças sociais e culturais consideráveis, ainda se infiltra nas relações sociais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARDIN, LAURENCE. **Análise de conteúdo**. 4ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.
- BRITO, Priscilla Caroline de S. **Primavera feminista: a internet e as manifestações de mulheres em 2015 no rio de janeiro**. Disponível em [http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499450296\\_ARQUIVO\\_PrimaveraFeminista-ainternetasmanifestacoesdemulheresem2015noRiodeJaneiro-FazendoGenero.pdf](http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499450296_ARQUIVO_PrimaveraFeminista-ainternetasmanifestacoesdemulheresem2015noRiodeJaneiro-FazendoGenero.pdf). Acesso em 18 de jan. 2018.
- GIDDENS, Anthony. *As Consequências da Modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.
- LEITE, Aline Tereza Borghi. **Profissionais da mídia em São Paulo**: um estudo sobre profissionalismo, diferença e gênero no jornalismo. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos. 2015.
- LEVANON, Assaf; ENGLAND, Paula; ALLISON, P. Occupational Feminization and Pay: Assessing Causal Dynamics Using 1950–2000 U.S. Census Data. In: **Social Forces**, 2009, v. 88 (2). Disponível em <https://academic.oup.com/sf/article-abstract/88/2/865/2235342>>. Acesso em 10 jan. 2018.
- MARQUES DE MELO, José. **Historia do Jornalismo**: Itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus 2012.
- MIGUEL, Luís Felipe. O jornalismo como *sistema perito*. **Tempo Social**. Rev. Sociologia USP, São Paulo, 11(1), 197-208. Maio 1999. Disponível em <[http://www.scielo.br/readcube/epdf.php?doi=10.1590/S0103-20701999000100011&pid=S0103-20701999000100011&pdf\\_path=ts/v11n1/v11n1a11.pdf&lang=pt](http://www.scielo.br/readcube/epdf.php?doi=10.1590/S0103-20701999000100011&pid=S0103-20701999000100011&pdf_path=ts/v11n1/v11n1a11.pdf&lang=pt)> Acesso em 1 out. 2016.
- ORTEGA, Félix; HUMANES, Mª Luisa. **Algo más que periodistas** Sociología de una profesión. Barcelona (Espanha): Ariel, 2000.
- PISCITELLI, Adriana. Gênero: a história de um conceito. In: ALMEIDA, Heloisa e SZWAKO, José Eduardo (orgs.). **Diferenças, igualdade**. São Paulo: Berleandis & Vertecchia, 2009. P. 116 – 148.
- ROCHA, Paula Melani. Mulher jornalista: relações familiares e profissionais. **Comunicación e Ciudadanía: Revista Internacional de Jornalismo Social**, n. 1, p. 119-134, 2007. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2542864>>. Acesso em: 15 abr. 2016.
- SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO DISTRITO FEDERAL. **Pesquisa Desigualdade de gênero no Jornalismo**. Distrito Federal, 22 Set. 2017. Disponível em <[http://www.sjpdf.org.br/images/Pesquisa\\_Desigualdade\\_de\\_G%C3%AAnero\\_no\\_Jornalismo\\_-\\_Resultados.pdf](http://www.sjpdf.org.br/images/Pesquisa_Desigualdade_de_G%C3%AAnero_no_Jornalismo_-_Resultados.pdf)>. Acesso em: 10 jan. 2018.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. I volume. Florianópolis: Insular, 2004.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

## Agenda de los medios uruguayos en la temática de transparencia. Estudio longitudinal. 2017

### Longitudinal study of Uruguayan media agenda about transparency 2017

*Beregna Giorgina Santangelo Ramirez*<sup>313</sup>

*Daniel Blanc Bellido*<sup>314</sup>

*Abril Bengoechea Neves*<sup>315</sup>

**RESUMEN:** El presente artículo explora la agenda de los medios uruguayos en torno a la temática de la transparencia gubernamental. El análisis de los principales medios tradicionales y no tradicionales durante el primer semestre del año 2017, reconoce siete aspectos específicos vinculados a la temática de mayor notoriedad e interés en la agenda de los medios: la ética, salarios de jerarcas, financiamiento de partidos políticos, actos de corrupción; denuncia de irregularidades, gestión de los dineros públicos y medidas para el fortalecimiento de la transparencia. Los actores que marcan la agenda son agentes no políticos; los organismos mayormente vinculados a irregularidades son los entes autónomos y servicios descentralizados y el poder ejecutivo. El índice de notoriedad de los actos de corrupción es la categoría más baja mostrando cierta sanidad en la gestión gubernamental del país.

**PALABRAS CLAVE:** Transparencia gubernamental; agenda de medios

**ABSTRACT:** This article explores the uruguayan agenda setting around the theme of governmental transparency. The analysis made on the main traditional and non traditional media during the first semester of 2017 acknowledges seven specific aspects tied to the topics of greatest interest and notoriety in the agenda setting: ethics, chief's salary, finance of the political parties, corruption acts, accusations of irregularities, public money management, and transparency strengthening measures. The players that set the agenda are non political agents; the organisms widely tied to irregularities are autonomous entities, decentralized services and the executive power. The notoriety index of acts of corruption is the lowest category, revealing certain health in the governmental management of the country.

**KEY WORDS:** Agenda Setting, Governmental transparency

El presente artículo se enmarca dentro de una línea de investigación "Impacto de los medios de comunicación en la creación de la cultura de la transparencia", del Depto. de Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay.

En esta primera etapa exploratoria tiene como objetivo describir la agenda de los medios uruguayos en torno a la temática transparencia gubernamental y la exploración de primeras categorías de análisis.

La transparencia y el acceso a la información han sido reconocidos y garantizados en el derecho internacional como un derecho humano fundamental (Mendel, 2003).

Cuando hablamos de transparencia la entendemos como "una mayor apertura y compartimiento de información que permite al público tomar decisiones políticas informadas, mejorar la capacidad de respuesta de los gobiernos y reducir el ámbito de la corrupción" (Vishwanath, Kaufmann, 1999 p50).

<sup>313</sup> Santangelo Beregna Giorgina. Profesor investigador del Depto. de Comunicación. Universidad Católica del Uruguay. Candidato a Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Salamanca. Uruguay. bsantang@ucu.edu.uy

<sup>314</sup> Blanc Bellido Daniel. Estudiante becario de la licenciatura en Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica del Uruguay. daniel.blanc@ucu.edu.uy

<sup>315</sup> Bengoechea Neves Abril. Estudiante becario de la licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica del Uruguay. abril.bengoechea@ucu.edu.uy

La “transparencia gubernamental” refiere al mejoramiento de la calidad de la gestión pública, es por esto que se necesita un esfuerzo por parte de los gobiernos para optimizar el acceso a la información pública que sea “accesible, comprensiva, relevante, de calidad y confiable” (Cunill, Aponte, Lautaro, de Freitas, de la Cruz, 2006 p167).

Fortalecer la calidad de la democracia entonces implica el esfuerzo de los gobiernos por mejorar la accesibilidad de los asuntos públicos al monitoreo ciudadano de forma oportuna y confiable, de manera que le permita al ciudadano tomar decisiones políticas informadas, mejorar la respuesta de los gobiernos y reducir los márgenes de corrupción (Emmerich, 2004).

Uruguay ha ratificado las convenciones internacionales sobre el derecho de acceso y aprueba en el año 2008 la Ley de Acceso a la Información Pública (LAIP) N° 18.381<sup>316</sup> y su decreto reglamentario en el año 2010 (232/10) obligando a todos los organismos que manejan fondos públicos a publicar de forma periódica toda la información con algunas excepciones de carácter reservado.

Entendiendo que los medios de comunicación representan en el sistema democrático un vehículo para comunicar y acceder a la información, el ejercicio de la libertad de expresión puede facilitar a la ciudadanía de herramientas necesarias para elegir, en base a información adecuada, y participar mejor en las decisiones sobre los temas que influyen en sus vidas; además proporcionan la plataforma pública de debate democrático, “perros guardianes” del ejercicio del gobierno promoviendo la transparencia en la gestión pública exponiendo la corrupción y con ello promover una cultura de la transparencia. (Unesco, 2008).

La aprobación de esta ley; que este año cumple diez años de vigencia; representa una apertura en la estructura de oportunidades para el ejercicio del periodismo de investigación sin precedentes.

La investigación parte de las siguientes preguntas disparadoras:

*¿Cuál es la agenda de los medios en Uruguay en el tema genérico transparencia gubernamental?; ¿Cuál es el nivel de notoriedad de la temática?; ¿Qué actores son identificados por los medios como portavoces en los medios de comunicación?; ¿cuáles son los aspectos particulares del tema que tienen mayor notoriedad mediática?; ¿Cuál es la valoración que hacen los medios de estos aspectos?*

## **OBJETIVOS**

- Explorar la agenda de los medios uruguayos en torno a la temática transparencia gubernamental
- Describir el nivel de notoriedad alcanzado por la temática en la agenda
- Referir cuáles son los aspectos particulares de la temática de mayor interés para la agenda de los medios
- Analizar qué actores hablan sobre la temática y su valoración

## **CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIO O DISCUSIÓN TEÓRICA PROPUESTA.**

La capacidad de los medios de fijar los temas de interés en la opinión pública

En la década del 20, W Lippmann sugería del impacto de los medios de comunicación en la construcción de la realidad social sosteniendo que “los medios hacen de puentes entre el mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestras mentes”. Otro referente importante que adhería a estos postulados Cohen (1963) afirmando que la prensa no era exitosa de decirle a la gente qué pensar pero que si tenía un éxito sorprendente al decirle a los lectores sobre qué pensar.

Estos postulados tuvieron a lo largo de las décadas posteriores un cúmulo de trabajos empíricos que intentaban corroborar la verdad de esta hipótesis. Algunos de los más trascendentes pueden visualizarse en Mc Combs y Shaw *The agenda setting function of mass media* (1972). Partiendo del postulado de Bernard Cohen corroboran empíricamente estos postulados a través de la medición de campañas electorales, llamando al este efecto de los medios sobre las actitudes de los votantes Agenda Setting, teoría que luego en su acumulación tendrá diferentes versiones y modelos relacionales.

<sup>316</sup> <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18381-2008>

Podría sostenerse que la principal idea de la teoría de la Agenda Setting es la que los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias una lista jerarquizada de temas importantes para la sociedad, se ha encontrado correlación entre los temas que importan a los medios y los que son de interés de sus audiencias.

El modelo de análisis primario de estos autores que luego se ha perfeccionado fue la realización de un análisis de contenido para identificar los temas tratados por los periódicos durante cierto período de tiempo midiendo frecuencia y grado de relevancia; se comparaban estos datos con datos de encuesta en la misma área de difusión que los periódicos y se buscaba correlación estadística buscando la asociación entre ambas variables.

Para Dader (1990) el efecto agenda setting no es sino la “orientación, conducción o canalización que las mentes de los ciudadanos sufren hacia unos repertorios de temas de preocupación pública, en detrimento de otros que no son mencionados o destacados, como consecuencia de la selección previa de asuntos que realizan los mass-media”

En Mc Combs y Bell (1996) *The agenda setting rol of mass communication* presentan una investigación retrospectiva donde ubican dentro del cúmulo de investigaciones al menos cuatro fases: la primera fue la confirmación del postulado; la segunda está vinculada a la observación de las posibles condiciones que amplían o limitan el planteamiento de la agenda; la tercera que va más allá de la transferencia de temas e indaga como los medios consiguen influir en la consideración pública de aspectos y características de candidatos entonces cuando se habla de transferencia de temas (primer nivel) y cuando se hace mención al efecto (segundo nivel), la cuarta y última fase se concentra en conocer el modo que la propia agenda de los medios se configura. (Lopez, 1996 p2).

En la construcción de la realidad creada por los medios está conformada por una gran cantidad de fuentes. Siguiendo esta línea de investigación que podríamos ubicar en la cuarta fase de la teoría agenda setting, aquella que se pregunta por los factores y protagonistas que participan en la determinación de la agenda de los medios.

Del vasto número de fuentes potenciales que modelan la agenda, el trabajo se concentra en un factor endógeno como la autoimagen o valoración del periodista.

Se entiende por Agenda Pública (lista de asuntos o issues que el público considera los más importantes) en términos empíricos se ha medido mayoritariamente a través de resultados de encuesta de opinión pública donde se le pregunta al ciudadano que mencione el problema más importante que atraviesa hoy el país. El porcentaje de encuestados determina el nivel de importancia (Zhu, Blood, 1996, p97).

Agenda de los medios más comúnmente como la lista de temas o asuntos de cobertura mediática. En términos empíricos generalmente se seleccionan los medios que se consideran de mayor impacto, se organizan en temas como categorías y midiendo frecuencia. (Zhu, et al 1996, p97)

Dentro de los trabajos valorados especialmente por su rigurosidad metodológica, se destaca Iyengar y Kinder (1987) “*News That Matters: Television and American Opinion*”.

Los autores muestran como las noticias de televisión se han convertido en un participante regular en el proceso político estadounidense en virtud de ser la principal fuente de información de la mayoría de los votantes. La importancia de este trabajo es que devela un efecto más sutil que la mera canalización de temas por parte de los medios sino de una canalización de estándares genéricos de interpretación “priming”. El concepto de priming entendido como “predisponer de ante mano” es el efecto del contexto de toda acción sobre la interpretación de la información. La canalización contextual o valorativa tendría en esta investigación es la selección de temas o hechos que hacen los medios va acompañada de algún tipo de valoración positiva o negativa.

Otras vertientes de trabajos empíricos sobre la teoría de agenda setting atribuyen el poder de algunas instituciones o personas de modificar o restringir las pautas aceptables para la interacción obligando a los restantes participantes a tomar determinada actitud frente a la información. Erving Goffman en *Frame Analysis* (1974) sostiene que las personas clasificamos, organizamos e interpretamos nuestras experiencias para darle un sentido. Estos esquemas de interpretación son “marcos” interpretativos que permiten a la persona ubicar etiquetar. Los medios de comunicación tienen la capacidad de definir cuando un tema es serio, preocupante, dramático, etc. No solo con recursos empleados sino con el canal por el cual se genera la información. Este enfoque que aporta a la teoría se conoce como “encuadre” o “frame”. El encuadre de la noticia contribuye a la interpretación del lector.

Para Gramson un frame es una organización de ideas que permite brindarle sentido a una historia, de modo que los eventos relacionados a ella puedan ser incorporados a la misma. (Gramson & Modigliani, 1987, p56). El framing es una contextualización cognitiva que permite que el individuo coloque determinados elementos de un asunto en mayor plano que otros. Es decir, jerarquice los elementos de cierto suceso aislado. Por lo tanto, el frame es relevante para definir el pensamiento y las decisiones que adopta el individuo. La metodología de medición del

framing analizan cuatro categorías: Estructura sintáctica: es el arreglo de palabras que se utiliza en el discurso de las noticias para simbolizar el evento que narra. Es decir, las palabras que se eligen para caracterizar y narrar un suceso. (Gramson, et al, 1987, p59)

Estructura de guion: las noticias son concebidas como relatos de historias. Por lo cual, el periodista termina siendo un escritor, el cual debe imponer en mayor o menor medida, una visión que determina el enfoque de la noticia, y por el cual es transmitida la misma.

Estructura temática: hace referencia a aquellas noticias que se presentan como objetivas, o con datos empíricos neutros, pero que en su interpretación deductiva encierran una parcialidad del redactor de la misma. (Gramson, et al, 1987, p60)

Estructura retórica: son los recursos del lenguaje que utilizan los medios, como metáforas, ejemplos, comparaciones, etc. Mediante estos, dan énfasis a los elementos que ellos consideran principales dentro de la noticia. (Gramson, et al, 1987, p60)

## ENFOQUE Y/O METODOLOGÍA DE ABORDAJE

En este apartado se detallan las decisiones metodológicas tomadas por el equipo de investigadores. En esta primera etapa exploratoria, se realizó un clipping de noticias que abarcó el período 1 de enero 2017 a 31 de diciembre de 2017. Los medios seleccionados fueron tradicionales radios públicas y privadas, tv abierta, periódicos y semanarios y medios no tradicionales (portales de noticias; plataformas digitales)

El criterio de corte o selección de los mismos fue el alcance (rating, tiraje, audiencia) de cada uno de los medios, seleccionado lo más relevantes en este aspecto.

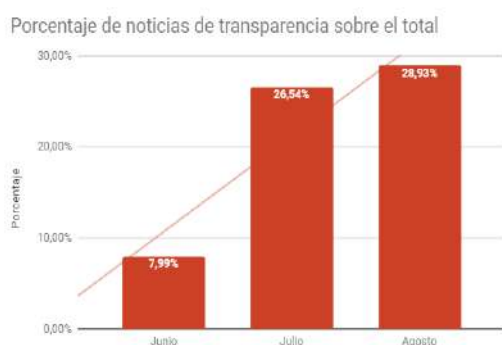
Para el clipping se utilizó una única categoría de búsqueda, todas aquellas noticias que tuvieran en su contenido la palabra clave "Transparencia".

El segundo corte que se realizó fue enfocarnos en la transparencia gubernamental debido a que se encontraron noticias referidas a la transparencia en el deporte; transparencia financiera, transparencia en instituciones privadas, etc.

El tercer recorte decantó todas aquellas noticias referidas a la gestión pública que involucre todas las instituciones del estado democrático.

A partir de esta selección, se creó una plantilla de análisis creando categorías que se presentan en el apartado siguiente.

## PRINCIPALES RESULTADOS



Se relevaron en el período del 1 de enero del 2017 al 31 de agosto del mismo año 2196 noticias en cuyo texto se hacía referencia a transparencia en algún ámbito. De este número se extrajeron 388 noticias referidas exclusivamente a transparencia gubernamental (18%). La distribución de frecuencias presenta un aumento significativo a partir del mes de julio de 2017. En este mes se puede identificar un "hito" como es la noticia del Semanario "Búsqueda" publicando los gastos de tarjetas corporativas de los presidentes del ente Administración Nacional de Combustibles Alcohol y Portland (ANCAP) donde se anunciaba que el mayor gasto lo había realizado el hasta entonces presidente Raúl Sendic (en la actualidad ex vicepresidente de la república).

La primera sistematización o lectura de los datos, ha posibilitado la creación de siete categorías o dimensiones de análisis (clasificación que se enmarca en aspectos específicos de la transparencia gubernamental como temática).



La primera dimensión “Ética”, hace referencia a aquellas noticias que narran acciones cuestionadas que no tienen necesariamente una repercusión penal. A modo de ejemplo, fuentes periodísticas constatan que el vicepresidente Raúl Sendic (en la actualidad ex) firmaba como licenciado sin poseer el título. Esa acción que no ha sufrido hasta nuestros días, una falta penal, si transgredió una norma ética.

La segunda “Gestión de dineros públicos”, cuando el informante entiende que determinado jerarca utiliza el dinero que administra de una forma perjudicial para el Estado, no teniendo aún connotación o falta hacia las normas.

La tercera “Irregularidad” hace referencia a aquellas noticias que abordan una falta con respecto a la normativa que sin embargo, a diferencia de la dimensión “Corrupción”, no conlleva a un enriquecimiento o beneficio del jerarca/s vinculados.

La cuarta “Corrupción” engloba a todas las noticias vinculadas a faltas con respecto a la normativa en que dicha falta que conlleva necesariamente a un enriquecimiento o beneficio del jerarca.

La quinta “Salarios” engloba aquellas noticias que hablan del público conocimiento de una remuneración excesiva de cierto/s jerarca/s, para juicio de los medios que narran.

La sexta “Financiación de los partidos políticos” hace referencia a todas las noticias vinculadas a razones, argumentos, debates, denuncias de la necesidad de regular mejor este aspecto de estas instituciones.

La séptima “Medidas de transparencia” engloba aquellas noticias que informan sobre debates, discusiones, informes técnicos, para el fortalecimiento de la transparencia como una herramienta de mejora para la democracia y el funcionamiento estatal.

Como se puede apreciar, la distribución de frecuencias de las dimensiones de análisis se concentra en las temáticas de “Ética” y las “Medidas de transparencia”, “La gestión de dineros públicos” en tercer lugar. Dato no menor que las irregularidades y la corrupción ocupan tan solo un 16% aproximado de menciones. Parece ser que la principal preocupación de la agenda de medios va con un tema conductual de los jefes dentro de la legalidad más que la posibilidad de encontrar posibles faltas hacia las normas.

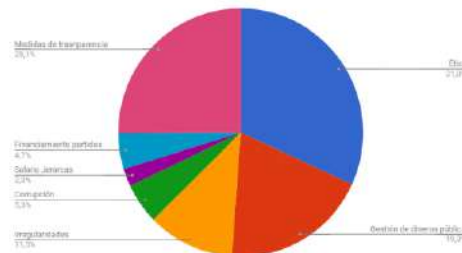
Analizando la distribución por organismo mencionado según nivel de gobierno los entes autónomos y servicios descentralizados fueron el actor de mayor notoriedad en la agenda de los medios vinculados a la temática.

La clasificación por actores referidos en las noticias según pertenencia política al oficialismo y a la oposición (todos los partidos que no son Frente Amplio), podemos afirmar que los actores mayormente referidos en la temática de transparencia gubernamental en la agenda de medios son agentes o actores no-políticos. Estos son los medios, agentes intelectuales independientes u organismos no periodísticos. El segundo agente referido son actores del oficialismo. Este dato llama la atención en la medida que uno de los principales roles de la oposición es la de velar por la transparencia en la gestión gubernamental y no son los actores que están marcando la agenda.

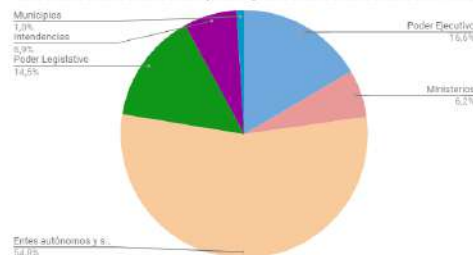
Analizando la distribución por actor referido podemos apreciar la alta notoriedad del organismo de contralor Junta de Transparencia y Ética Pública (JUTEP) que cabe aclarar que en sus facultades no está la de sancionar a los actores involucrados en faltas sino la de promover, regular e investigar. Los segundos agentes referenciados son oficialistas.

En la distribución por actores se destacan figuras del primer nivel de gobierno como el presidente, el hasta hace pocos meses vicepresidente de la república Raúl Sendic y

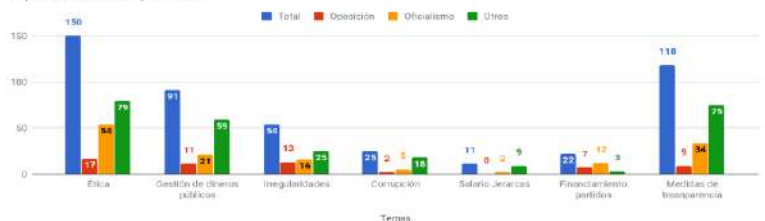
Distribución total de temas



Distribución de denuncias por organismo denunciado



Tipo de denuncia por actor



algunos entes autónomos como ASSE, ANCAP, y el Banco Central.

## PRIMERAS REFLEXIONES FINALES

Los actores más cuestionados o vinculados a noticias con valoración negativa pertenecen en su mayoría al oficialismo (Raúl Sendic, vicepresidente de la República y Susana Muñiz, presidenta de ASSE) que no son narrados por actores de oposición sino por el organismo de contralor JUTEP, dato que podría vincularlo a la fortaleza de las instituciones como una particular característica del sistema político uruguayo.

Si bien el recorrido de prensa ha sido sistematizado hasta el mes de agosto en esta primera fase de la investigación, cabe señalar que en el mes de octubre el país enfrentó la renuncia del vicepresidente de la República Raúl Sendic. En una primera observación de las noticias aún sin analizar, podemos adelantar que los actores de la oposición no aprovecharon la estructura de oportunidades para instalar el tema en la agenda de los medios; sumado al porcentaje menor que ocupa las noticias de corrupción en la agenda amerita una reflexión sobre la sanidad del Estado uruguayo en comparación con los recientes casos latinoamericanos.

Los próximos pasos a seguir en la investigación será la finalización de la sistematización de los datos para el año, la exploración de nuevas categorías de análisis vinculadas a la segunda fase de la teoría de agenda setting y elementos de framing.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cunill Grau, N., Aponte, C., Lautaro Rosal, R., de Freitas, M., & de la Cruz Arteta, J. (2006). TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA: IDEAS Y EXPERIENCIAS PARA SU VISIBILIDAD " IDB Publications (Books), Inter-American Development Bank, number 216 edited by Francisco Mezones, January.
- Cohen B; (1963) THE PRESS AND FOREIGN POLICY, Princeton University Press
- DADER, J,L (1990) LAS PROVINCIAS PERIODÍSTICAS DE LA REALIDAD. Comunicación y sociedad. Vol III, Nº1&2, p. 85-134. <http://hdl.handle.net/10171/7911>
- Emmerich G. (2004) TRANSPARENCIA, RENDICIÓN DE CUENTAS, RESPONSABILIDAD GUBERNAMENTAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA, Redalyc
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). MEDIA DISCOURSE AND PUBLIC OPINION. A CONSTRUCTIONIST APPROACH. American Journal of Sociology, 95, 1-37.
- Goffman, E. (1974). FRAME ANALYSIS; AN ESSAY ON THE ORGANIZATION OF EXPERIENCE. New York: Harper & Row
- Iyengar y Kinder (1987) NEWS THAT MATTERS: TELEVISION AND AMERICAN OPINION
- Lopez E Escobar (1996) LA AGENDA ENTRE LOS MEDIOS. Primero y segundo nivel. Comunicación y sociedad Volumen IX; N1, 1996; Pág. 2
- Mendel, Toby (2003) "FREEDOM OF INFORMATION. A COMPARATIVE LEGAL SURVEY. Unesco.
- Vishwanath, T., & Kaufmann, D. (1999). TOWARDS TRANSPARENCY IN FINANCE AND GOVERNANCE
- McCOMBS, M, y SHAW, D (1972) "THE AGENDA\_SETTING FUNCTION OF THE MASS MEDIA; Public Opinion Quarterly, 36
- McCOMBS, M, y SHAW, D (1996) THE EVOLUTION OFF AGENDA SETTING RESEARCH: Twenty five years in the marketplace of ideas, Journal of Communication, 43 (2)
- Unesco (2008) "INDICADORES DE DESARROLLO MEDIÁTICO: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social". Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) en su sesión XXVI (26-28 marzo 2008) from <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-los-medios/indicadores-de-desarrollo-mediatico/>
- Zhu, J y Blood D, (1996) MEDIA AGENDA SETTING THEORY Y REVIEW OF A 25 YEARS RESEARCH TRADITION. Perspectives 8, Spring 97-149



Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo

## Journalism in reconfiguration: new contracts and hirings

### Jornalismo em reconfiguração: novos contratos e contratações

Mozahir Salomão Bruck<sup>317</sup>

**RESUMO:** O artigo se detém sobre os processos de reconfiguração das contratações midiáticas do jornalismo face a profundas alterações que o campo vem experimentando e que estão a alterá-lo essencialmente em seus modos de produção e circulação.

**ABSTRACT:** The article focuses on the processes of reconfiguration of the mediatic contractions of journalism in the face of profound changes that the field has been experiencing and which are essentially changing it in its modes of production and circulation

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo, Contratos de Comunicação, Processos de mediação

**KEY-WORDS:** Journalism, Communication contracts, Mediation processes

#### INTRODUÇÃO

Este artigo busca dar sequência a reflexões de ordem prevalentemente teórica sobre os processos de reconfiguração das contratações midiáticas (de comunicação e de leitura) do jornalismo face a profundas alterações e recircunstançiações que este campo vem experimentando nos anos mais recentes e que estão a alterá-lo essencialmente em seus modos de produção, circulação e em seu papel como ator social.

Em *paper* apresentado em 2017 no Congresso da Ibercom<sup>318</sup>, em Lisboa, referimo-nos a este conjunto de reflexões como um gesto inicial que precedia o mapeamento e estado da arte acerca da recorrência da utilização de dos conceitos de contratos de comunicação e contratos de leitura. Nosso objetivo foi, então, estabelecer as bases de futura identificação de modos de apropriação teórica de tais noções e como estas acabam suportando os estudos que delas se valem. Damos sequência, neste artigo, a este trabalho, ocupando-nos agora em buscar perceber indícios, sinais ou mesmo traços dos contextos das reconfigurações desses contratos, objetivando ainda compreender os caminhos em termos de efetivas possibilidades metodológicas para sua aplicação na abordagem de objetos empíricos próprios do campo do jornalismo – seja em termos dos estudos narrativos e de linguagem e em termos de critérios de noticiabilidade ou dos processos, por exemplo, de enquadramento da notícia e do interagendamento entre os veículos de imprensa *off line* e *on line*.

No que diz respeito aos contratos, referenciamos nossos estudos especialmente em autores que diretamente trabalham as noções principais deste estudo: contratos de comunicação e contratos de leitura. Para tanto, valemo-nos, em termos dos contratos de comunicação de CHAREAUDEU (2006), e RODRIGUES (2012) e para nossa discussão acerca dos contratos de leitura de FAUSTO NETO (2007), VERÓN (2005) e BRUCK e CARVALHO (2012). Também se revestem de muita importância para nossa reflexão os trabalhos de autores como LEAL (2011) e ROCHA (2010) que, cada um a seu modo, atravessam aspectos diversos da discussão aqui proposta. Alinhamo-nos, por fim, a observações do pesquisador José Luiz Braga<sup>319</sup> acerca desta reflexão, considerando oportuno enfatizar que percebemos ainda como potencialidade heurística da convocação teórica dos contratos (de comunicação e de leitura) para a investigação no jornalismo, o fato de que se deve evitar o risco de perceber o âmbito da produção como uma etapa/dimensão isolada, totalmente anterior e distinta da recepção. Como bem menciona Braga, “os gestos de buscar a informação e produzir a matéria já se inscrevem em uma lógica contratual - logo, interacional e não simplesmente transmissiva”.

<sup>317</sup> Mozahir Salomão Bruck tem pós-doutorado em Teoria e Ética do Jornalismo. Pesquisador do PPGCOM da PUC Minas, Brasil. Email: mozahir@uol.com.br.

<sup>318</sup> O artigo *Contratos de leitura e de comunicação no Jornalismo: modos de apropriação teórica* foi apresentado no XV Congresso IBERCOM, na Universidade Católica Portuguesa, em Lisboa, entre os dias 16 e 18 de Novembro de 2017.

<sup>319</sup> Na construção desta reflexão, tivemos a oportunidade de discutir sua proposição reflexiva com o Prof. Dr. José Luiz Braga, a quem agradecemos pela generosidade e qualidade das observações.

## RECONFIGURAÇÃO DE CONTRATOS E SEUS NOVOS SENTIDOS

Na fase atual de nossa reflexão, propomo-nos a pensar as reconfigurações das contratações no jornalismo detendo-nos não nos meios e suas linguagens, mas nas mediações e nos processos interacionais: novas lógicas de distribuição, novos formatos de conteúdos, linguagens que se reinventam, a explosão da oferta da informação que foi tão oxigenada que a sensação que temos hoje é de que a informação se tornou o próprio oxigênio, tal a prevalência de sua presença nos ambientes mediados onde estamos, por onde passamos e os quais buscamos.

No encaminhamento dessa abordagem, optamos por estruturar a reflexão ora proposta, a partir de três perspectivas. A primeira diz respeito a uma reflexão sobre o sentido interacional que tendem a ganhar as novas configurações jornalísticas. Parece-nos que há uma forte potência nesta reflexão. Tecnologias, ambientes como plataformas e suas linguagens somente persistem e se desenvolvem por que a sociedade vê nelas sentidos atuais e eficazes de interação. Modos de ver, de dizer e interpretar um mundo que se altera e é constantemente alterado pelo conjunto de nossas redes infinitas de mediações e seus processos e reverberações. Estratégias de aproximação e conexão, e vez ou outra, também de escape desse mundo. É isso que parece, afinal, buscamos desde sempre e o tempo todo: exponenciar dispositivos e suportes, canais e suas configurações e seus formatos e linguagens, pois nunca nenhum nos bastou ou bastará.

O segundo aspecto: será que faz sentido, a esta altura das mediações e dos processos interacionais e de mediatização, separarmos os produtos, suas constantes reconfigurações e reinvenções languageiras do que é a própria circulação, e aqui menciono em destaque Fausto Neto (2007), para quem, a rigor, não é o produto que circula, mas atores e fórmulas estético-discursivas que encontram um sistema de circulação no qual se viabilizam e ao qual alimentam. No emaranhado de redes, nós e conexões infinitas fazem irromper cotidianamente na cena midiática digital infundáveis expressões de um novo tentativo. Estilos, formatos, gêneros, narrativas, estratégias de transmediação refundam-se em adaptações, aproximações, hibridizações e rearranjos assimétricos. É preciso distinguir. Sobrepor e fazer esquecer as velhas fórmulas da mediatização engessada.

E, por fim, buscando afunilar o pensamento que trago aqui, me valho de uma boa indagação teórica proposta por José Luiz Braga (2012), ao contrapor campos versus circuitos. Os fatos e processos comunicacionais cada vez menos se restringirão ao chamado campos dos *media*, mas são já ocorrências e processos da ordem da sociedade, que intensa e alargadamente se realizam por meio de uma complexa rede de circuitos múltiplos de interação, que cada vez mais atravessam e reconfiguram o próprio campo dos *media*. Ou, como destaca José Luiz Braga (2012):

*O uso de processos tecnologicamente acionados para a interação já não é mais um “fato da mídia” (campo social) – assim como a cultura escrita não é um fato das editoras, dos autores e das escolas, exclusivamente. Esses dois grandes processos culturais (hoje com fortes interpenetrações) são antes de tudo fatos comunicacionais da sociedade. Na prática social encontramos, então, sobretudo circuitos. Cada setor ou processo de sociedade participa de circuitos múltiplos. Com a mediatização crescente, os campos sociais, que antes podiam interagir com outros campos segundo processos marcados por suas próprias lógicas e por negociações mais ou menos específicas de fronteiras, são crescentemente atravessados por circuitos diversos. Esses circuitos contemporâneos envolvem momentos dialógicos, momentos “especializados”; momentos solitários – o mundo circula em nosso self – e momentos tecno-distanciados, difusos. Todos esses momentos se interferem – se apoiam às vezes, certamente se atrapalham. Uma percepção que ocorre, diante de tais processos, a exigir elaboração reflexiva, é que com frequência se caracterizam como “circuitos canhestros”, exatamente porque tentativos (Braga, 2012,p.44).*

Sobre o primeiro ponto, parto de uma provocação: até onde será possível exatamente identificar o que caracteriza e funda o jornalístico no volume de informações que oceanicamente nos chegam e as que buscamos? Os anos gastos discutindo como seria o jornalismo depois do advento da web me parecem ter sido, lá trás, um sintoma, ou seja, aquela nossa obsessão taxonômica em definir como seriam e como deveriam chamar as notícias na web: jornalismo *on line*, jornalismo digital, webjornalismo... e, o principal, até que ponto o que determinaria se a oferta sob demanda e mesmo ao vivo de determinada distribuição de conteúdo informativo, noticioso ou de infoentretenimento poderia ser considerada ainda uma experiência do campo jornalístico. Encruzilhada conceitual: que genes do DNA jornalístico devem atestar que uma intervenção configura ainda uma experiência de noticiosa/jornalística ou não. Na contemporaneidade do tempo fugidio, como o jornalismo em reconfiguração lida com a noção de presente, que sempre lhe foi tão cara e determinante em seu modo de ver e narrar o mundo, ou como sinalizamos em outro artigo:

*O chamado presentismo do jornalismo nos remete a sensação de um presente infinito, do tempo que parece nunca escoar, firmada pela intensidade da vivência. Um presente desancorado do passado que lhe precedeu e do futuro cada vez mais imediato. A reforçada noção de que o jornalismo orquestra-se no tempo presente*

(ANTUNES 2007; BENETTI, 2009; DALMONTE, 2009; DIAS, 2011) atesta a vocação histórica da notícia como dispositivo de enunciação (BRUCK, 2015) que tem como contrato comunicativo (CHAREAUDEAU, 2006) visibilizar, por operações discursivas com demarcações estético-sociotécnicas muito próprias, os acontecimentos cotidianos. Antunes aponta para essa prevalência hoje no conjunto das textualidades jornalísticas da incessante busca e construção de um presentismo. (BRUCK e OLIVEIRA, 2017, p. 127)

Isso pode ser, de algum modo, mais detalhadamente observado considerando as denominadas fases do jornalismo no momento imediato pós-internet. Foi nesse período que vimos milhares de sites e portais que fizeram a passagem do meio físico para a web<sup>320</sup>, reverem, de maneira decisiva, seus antigos modelos em termos editoriais, do padrão impresso para, na internet, estabelecerem novos modos de apresentação da notícia, que passou a ser atravessada e posicionada por outros critérios e valores que não apenas os jornalísticos. Ao mesmo tempo, criavam-se ambientes em que em um link modesto oferecia-se com o mesmo destaque notícias, entretenimento, publicidade e outros tantos conteúdos.

Este ponto nos interessa especialmente: o momento em que jornais, tevês e rádios compreenderam que deveriam transpor o até então único, exclusivo, legitimado socialmente e poderosíssimo campo tradicional/massivo dos media. O momento em que entenderam que a sociedade tomou para si e passou, ao seu modo, em infinitas e rapidamente reconfiguradas maneiras, a gestar, ela mesma, os circuitos múltiplos de mediação e interação social. Uma discussão que, certamente, pode jogar luz sobre as complexas mudanças que ainda experimentamos e que, essa é a sensação que temos, estão apenas começando.

Forçados agora a interagir, a fazerem-se presentes no infinito ambiente digital, os jornais e jornalismo das emissoras tradicionais perceberam que aquela antiga pseudo-interação representada pela participação consentida do público em suas colunas e espaços dedicados ao leitor ou mesmo como *personagens* em notícias e reportagens – em que seus discursos eram apropriados pelo enunciador repórter – já não basta. Mesmo porque era uma interação absolutamente controlada. Ou melhor, simulada.

Mas voltando à questão: como os *media* jornalísticos massivos, do papel impresso e do espaço eletromagnético, podem efetivamente pular para o circuito, para a circulação geral, e de fato, produzir e alimentar experiências de interação? Ao promover sua presença na internet, mas especialmente nas redes sociais, os veículos tradicionais já atestaram que, para a sobrevivência imediata, extrapolar o campo dos *media* mostrou-se inevitável e urgente. As tevês também já perceberam isso e os aplicativos tipo *play* não deixam de ser um tipo de “dar o braço a torcer” de que no caso da televisão, um contingente enorme de telespectadores já não se submete à grade de programação e aos horários da tevê. O público quer ver o telejornal ou, menos ainda, partes dele, no horário que ele, público, desejar e do modo que desejar. E se quiser assistir tudo de uma vez, as notícias de hoje e de toda a semana que passou, que assim seja. Parece já não fazer sentido a obrigatoriedade de ter assistir um capítulo de uma série ou minissérie hoje e o próximo só na semana que vem. No caso do entretenimento, vai além: o *binge watching* já está se tornando quase um pressuposto, diria uma determinante cláusula dos contratos de comunicação e de leitura entre produtores/realizadores/divulgadores e os públicos/usuários.

É este o segundo ponto: o que parece prevalecer agora não é o produto que circula, mas atores e fórmulas estético-discursivas que encontram um sistema de circulação no qual se viabilizam e ao qual alimentam. E que estão e se tornaram fundamentalmente interdependentes dos processos interacionais. Não mais agora com um receptor monolítico e estático, uma figura deslocada e extemporânea, mas com um interagente, que também poderíamos denominar interactante, que, por a sua descrição, efetua comandos, intervém, faz reorientar, ou seja, atua direta e determinadamente nos rumos das produções e da distribuição.

Por fim, no terceiro aspecto de nossa abordagem, essa ideia de que os fatos e processos comunicacionais cada vez menos se restringirão ao chamado campos dos *media*, mas são já ocorrências e processos da ordem da sociedade. Intensamente e cada vez mais, se realizam por meio de uma complexa rede de circuitos múltiplos de interação que, de modo alargado, atravessa e reconfigura o próprio campo midiático. Colocam-nos cara a cara com fortes complexidades, em termos da pesquisa em comunicação e também do fazer comunicativo, de que nossos objetos de estudo e trabalho estão se desmaterializando e assumindo novas configurações, novas desordens. Esvaem-se nas nossas apostas desembasadas e certezas precárias que duram menos que um nano-segundo. Uma imparável e febril mutação que faz explodirem na sociedade profunda e ubiquamente midiaticizada ambientes, canais, plataformas e estratégias de circulação que desconstroem os confortavelmente históricos e tradicionais modelos de experiência midiática. E no caso em tela, a experiência jornalística. Traz para a cena novos e apocalipticamente integrados atores que parecem, às vezes, querer impor o fim de todas as coisas, a ruptura com

<sup>320</sup> Mielniczuk(2003), sugere três fases do jornalismo na era eletrônica: o jornalismo eletrônico (que se utiliza de recursos eletrônicos), o jornalismo digital (que emprega tecnologia digital em sua produção e circulação) e o ciberjornalismo (que se lança no ciberespaço, valendo-se das tecnologias e estratégias próprias da web).

todos os modelos, mesmo que seja para criar e fazer nascer algo bem parecido. Profetas da revolução atormentados pelos velhos paradigmas.

## SENTIDOS DA CONTRATAÇÃO NOS MEDIA

Se a palavra contrato nos remete ao sentido de acordo, de compromisso, da concretização de uma negociação, a origem do termo<sup>321</sup> alimenta ainda mais tal percepção. Quando falamos em contrato, referimo-nos a cláusulas de condições funcionamento de relações – proibições, permissões, compensações, previsões de duração e mesmo das motivações de um eventual distrato. Contratos resultam, por assim dizer, de acordos substanciados e sustentados por interesses comuns e imediatos e manifestam, acima de tudo, regulações.

A que nos referimos quando aludimos às noções de contratações no âmbito midiático? Buscando escapar de uma aplicação generalista, que nos remeteria a modos presumidamente indistintos de relacionamento e interação entre receptores e/ou usuários e os suportes e ambientes aos quais acedem, parte-se do entendimento que tais contratações tem natureza eminentemente processual e relacional, podendo se realizar em esferas mais abrangentes (contratos de comunicação) – que dizem respeito a como os *media* se fazem presentes no tecido social e as implicações dessa presença – ou em circunstâncias mais diretamente intrínsecas a esses *media*, nomeadamente as cláusulas que regem os veículos e outros tipos de suportes em sua identidade e modos de oferta (que dizem respeito, portanto, aos sentidos propostos). Traduzem-se, portanto, as contratações midiáticas em potentes possibilidades de análise e compreensão dos processos comunicacionais que configuram o fazer midiático, pensado em suas múltiplas vertentes e sentidos. Em uma palavra, parece ser mais razoável compreender os contratos de comunicação pensando-se aspectos diversos do funcionamento geral dos distintos *media* – televisão, rádio, o jornal, portais, blogs para citar alguns– e seus modos de presença na sociedade. Já os contratos de leitura se mostrariam mais produtivos para o entendimento das cláusulas que substanciam as relações entre os veículos e seus públicos.

## OS CONTRATOS DE COMUNICAÇÃO NO JORNALISMO

Há distintas percepções em termos de como se pode definir os contratos de comunicação. Mas um entendimento geral parece ser que os contratos são substanciados pelas condições gerais e cláusulas de regulação das trocas realizadas dentro dos processos de comunicação. Ou seja, a comunicação se estabeleceria sempre de modo contratual entre as partes envolvidas. Lopes (2004) assinala que o que caracteriza a existência do contrato é a constatação da passagem de mensagens entre as partes envolvidas em um quadro de cultura prévia. Uma cultura que é construída no “devir sócio-histórico” (Lopes, 2004, p.42). São contratos que se estabelecem formalmente, com regras de comportamento previamente acordadas e distintas codificações, mas sempre com algum espaço para a informalidade.

Pensar o funcionamento dos contratos de comunicação no âmbito jornalístico nos remete firmemente a refletir sobre aspectos como legitimidade e credibilidade, compreendidos como balizadores determinantes dos contratos. Em trabalho anterior sobre os contratos, em que cotejamos proposições e cláusulas contratuais de duas emissoras de rádio (BRUCK, 2013)<sup>322</sup>, destacamos que os discursos produzidos *sobre si* pelas emissoras giravam, de modo prevalente, em termos dessa evocação das virtudes de legitimidade e de credibilidade. Tomando-se a legitimidade do sujeito falante, Chareadeau (2006) alerta para o fato de que esta é predeterminada e inegociável, em função e a partir do lugar que ele ocupa – ou seja, é a partir dela e nela que o enunciador se institui e passa a operar como tal. Já em relação à credibilidade, esta não seria dada, mas adquirida e que pode ser, a qualquer momento, rediscutida e reconfigurada.

## CONSIDERAÇÕES EM CURSO

Em *O que é o dispositivo?* Deleuze (1996) provoca-nos ao afirmar que o novo é o atual, mas que o novo não é o que somos, é aquilo que vamos nos tornando, o que somos em devir. Os nativos digitais, garotos nascidos pós-internet, nos meados da década de 1990, não conhecem outra lógica a não ser a dos circuitos múltiplos de interação em profusão de conteúdos: da circulação tsunâmica de textos, imagens, memes, *fake news*, textos bacanas, divertidos, discussões formativas, mas também banalidades, bizarrices, preconceitos, crimes de honra, intolerâncias e outros absurdos de toda ordem.

<sup>321</sup> Do latim *contractus*, tinha o sentido de acordo, concordância. Era o particípio passado de *contrahere* – “trazer junto” ( *com* – junto e *trahere* – puxar, arrastar), ou seja, cabe às duas partes puxarem juntas a sua concordância.

<sup>322</sup> No trabalho *Radiojornalismo: retórica e vinculação social* (BRUCK e CASTRO, 2013), fez-se a comparação dos contratos de leituras de duas emissoras de rádio de Belo Horizonte (MG), a Rádio Itatiaia e a Rádio CBN.

Por sua vez, a velha mídia corre contra o tempo. Sabe que já não pode mais impor horários, modos de ver, e muito menos impor valores morais, visões ideológicas e políticas e, principalmente, rotinas de vida, como o fez poderosamente desde a década de 1940 e até o fim praticamente do século XX. A esta altura, a mídia tradicional parece implorar, desesperadamente, aos jovens: ensina-me a interagir. A circular como fazem os nativos digitais, que rejeitam e se sentem livres do paradigma das conexões ponto a ponto, verticalizado. O midiacentrismo do mundo moderno, em que as mídias tradicionais se tornaram poderosas e poderosamente influentes, transfigurou-se na atualidade em um real que se institui em extremamente complexos, convergentes e instáveis processos de mediação e interação.

Parece, enfim, que investir em novas configurações, linguagens e plataformas já não é mais posição de frente, de um *avant-garde*. Para quem chega, os neófilos, é obrigatoriamente isso ou estar fora dos circuitos e da circulação instituída pelas novas mediações e padrões interacionais. Para quem já estava, e forjou-se no padrão analógico e linear, é encontrar seu espaço, reinventar-se urgentemente a partir de modelos eficazes e atrativos de mediação e propostas de interação. É isso ou definir até desaparecer. O campo está definitivamente inundado pela circulação.

## REFERÊNCIAS

- Bruck, M. e Castro, K. (2013). *Radiojornalismo: retórica e vinculação social*. São Paulo, Intermeios.
- Bruck, M. e Carvalho, C. A.(2012). *Jornalismo: cenários e encenações*. São Paulo, Intermeios.
- Charaudeau, P. (2006). *Discurso das Mídias*. São Paulo, Contexto.
- Deleuze, G. O que é um dispositivo? In: *O mistério de Ariana*. Lisboa, Editora Vega
- Fausto Neto, A. (2007). Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. *Diálogos Possíveis-Revista da Faculdade Social da Bahia*, v. 6, n. 2, p. 09-27.
- Leal, B.S.(2011). As estéticas do jornalismo em transformação: perspectivas de pesquisa em comunicação. In: BERGER; Christa etc al. *Jornalismo Contemporâneo: figuras, impasses e perspectivas*. Salvador, Editora UFBA.
- Lopes, L. C.(2004). *O culto às mídias*. São Carlos, Ufscar.
- Mielniczuk, L. (2003). Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/producao\\_teses.htm](http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm)> Acesso em: 30/11/2017.
- Quéré, L. (2012). A dupla vida do acontecimento: por um realismo pragmatista. In: França, V. R.V. e Oliveira, L. *Acontecimento: reverberações*. Belo Horizonte, Autêntica.
- Rocha, S. e Ghisleni, T. S. (2010) Contratos de leitura: Os vínculos entre emissor/receptor na passagem da sociedade midiaticizada. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação.
- Rodrigues, A.D. (2012) *Estratégias da comunicação*. Lisboa, Editorial Presença.
- Verón, E.(2004). *Fragments de um tecido*. São Leopoldo, UNISINOS.
- Verón, E. (1983). Quand lire c'est faire : l' enunciation dans le discours de la presse écrite. In: *Sémiotique II*. Paris, IREP.

*Ponencia presentada al GT (16) Estudios sobre Periodismo*

# CENSURA E AUTOCENSURA EM CONTEXTOS DE VIOLÊNCIA: REFLEXÕES DE JORNALISTAS MEXICANOS

## Censorship and self-censorship in contexts of violence: reflections of Mexican journalists

Angela Zamin<sup>323</sup>

Cleusa Jung<sup>324</sup>

**RESUMO:** A presente investigação busca compreender, por meio de entrevistas em profundidade (Arfuch, 1995; Travancas, 2012), como jornalistas mexicanos/as trabalham em meio a contextos de violência e risco. Tal problematização é justificada pelo fato de, na América Latina, o México ter registrado o maior número de casos de violência e mortes de jornalistas nos anos de 2016 e 2017. Aqui apresentamos um dos aspectos estudados na pesquisa, a censura e a autocensura, haja vista que, em meio a confissões, o silêncio aparece como uma prescrição do trabalho dos/as profissionais.

**PALABRAS CLAVE:** Jornalismo. Violência contra jornalistas. México.

**ABSTRACT:** Through in-depth interviews (Arfuch, 1995; Travancas, 2012) the present investigation seeks to understand how Mexican journalists work in contexts of violence and risk. Such problematization is justified by the fact that Mexico recorded the highest number of cases of violence and deaths of journalists in Latin America in the years 2016 and 2017. We present one of the aspects analyzed in our research, censorship and self-censorship, because in the midst of confessions the silence appears as a prescription to the work of these professionals.

**KEY WORDS:** Journalism. Violence against journalists. Mexico.

### CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A América Latina é protagonista de diversos casos de violência contra jornalistas no exercício da profissão. O México registrou o maior número de casos de violência e mortes de jornalistas em 2016 e 2017. Um ano antes, quem ocupava essa posição era o Brasil. Os fatores que colocam esses países no ranking incluem o narcotráfico e a corrupção, além da insuficiência de mecanismos de proteção. Segundo Reporteros Sin Fronteras (RSF, 2018), o México é “el segundo país más mortífero del mundo para la prensa”.

Conforme relatório da Unesco (2017), entre 2012 e 2016, 530 jornalistas foram assassinados no mundo, em média duas mortes por semana. Neste mesmo período, segundo a Press Emblem Campaign (2016), três países latino-americanos estavam entre os dez mais perigosos para exercer o jornalismo: México, Brasil e Honduras. Com base nos relatórios do RSF (2017), entre janeiro de 2000 e dezembro de 2016, foram registrados 99 assassinatos de jornalistas no México. Somente em 2016, foram 59 casos de jornalistas assassinados no mundo; destes, 31 na América Latina, 13 deles no México. Em 2017, 11 assassinatos de jornalistas no México estavam relacionados com a profissão, o que leva “muchos profesionales se autocensuran para evitar represalias” (RSF, 2018).

O presente artigo é parte de uma investigação mais ampla que busca compreender de que modo jornalistas (re)organizam o saber e a prática jornalística no exercício da profissão em contextos de violência ou risco. Aqui, todavia, nos detemos em um dos aspectos pontuados pelos jornalistas entrevistados no México, em 2016, a censura e a autocensura. As entrevistas em profundidade (Arfuch, 1995; Travancas, 2012), com jornalistas mexicanos, foram realizadas presencialmente durante intercâmbio na Universidad Autónoma de Tlaxcala.

<sup>323</sup> Angela Zamin. Professora da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen; Doutora em Ciências da Comunicação; Brasil; angelazamin@gmail.com.

<sup>324</sup> Cleusa Jung. Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen; Jornalista; Brasil; jung\_cleusa@hotmail.com



## METODOLOGIA

O método utilizado é a pesquisa qualitativa pelo seu foco nos indivíduos e na subjetividade das suas experiências. Nesse âmbito, a técnica que permite a aproximação com os/as jornalistas e as suas práticas é a entrevista em profundidade. Arfuch (1995) apresenta a técnica como uma invenção dialógica. Nesse sentido, a entrevista passa a ser uma “coleta de informações sobre as práticas, i.e, de um conhecimento singular sobre o jornalismo” (Travancas, 2012, p. 25). Pereira (2012, p. 41), por sua vez, diz que a entrevista é uma “narrativa construída por ocasião de uma situação de interação simbólica”. Acrescenta que não se pode vê-la apenas como um simples processo de transmitir dados; é preciso tomá-la como um espaço em que se produz sentido. “E, por isso, o resultado de uma entrevista deve ser analisado como tal” (p. 41).

Aqui se compreende a situação comunicativa dentro de um âmbito maior que seria a troca de experiências por meio do diálogo, que “no impide el desbordamiento, la disputa, el humor, y hasta la inconveniencia” (Arfuch, 1995, p. 27). A autora considera a entrevista uma maneira de interação social que pelo diálogo é capaz de levar ao reconhecimento ou a reflexão sobre determinada temática.

Ao todo foram entrevistados nove jornalistas mexicanos, mas aqui analisamos seis, três mulheres e três homens, tanto pela equidade de gênero quanto pela riqueza que estas entrevistas apresentam. É importante destacar que empregamos nomes fictícios para preservar a identidade dos/as jornalistas. Pelo mesmo motivo não identificamos a região em que vivem ou empresa em que trabalham. O contato inicial se deu por e-mail, Facebook, WhatsApp, contudo, as entrevistas foram presenciais.

## OS “FANTASMAS” QUE FREIAM A PRÁTICA: A CENSURA E A AUTOCENSURA

Segundo Article 19 (2015), “una de las maneras más rápidas de acallar voces críticas es suprimirlas con violencia”. Conforme o relatório anual, de 2014, da Fenaj, jornalistas enfrentam dois tipos de violência no exercício da sua profissão: violência interna das redações e violência de atores externos. A violência interna é aquela que ocorre por meio de censura interna, de autocensura (geralmente motivada por pressões psicológicas) e de assédio moral. A violência externa é manifestada por meio de agressões físicas e verbais, ameaças, intimidações, impedimentos ao trabalho, processos judiciais, prisões, tentativas de assassinatos e assassinatos.

A censura é o “processo de repressão da liberdade de expressão e de imprensa e está diretamente relacionada ao poder, seja ou não do Estado, e pode se apresentar de diversas formas” (Fíguro & Nonato, 2016, p. 73). Mattos (2005, p. 42) comenta que há várias formas de censura, algumas notadas com facilidade, outras mais sutis: “Às vezes é o fluxo de informação que é controlado; outras vezes, o conteúdo”; ainda, o fluxo de informação pode ser constringido ou inibido.

Além disso, muitas vezes os/as próprios/as profissionais se autocensuram por acreditarem que a informação não deve ser divulgada, seja por questões políticas, econômicas ou sociais. Aqui, considera-se a autocensura como “o ato do jornalista censurar a si mesmo, de colocar limites em sua liberdade de expressão, apesar da aparente falta de ingerência, de pressão ou de ameaças externas” (Zamora, 2016, p. 32). Mattos (2005, p. 43) diz ser uma “extensão da própria censura”. Esse fenômeno é mais comum do que imaginamos, pois de maneira muito silenciosa, o/a próprio/a jornalista vai fazendo recortes no seu material jornalístico, sem muitas vezes, se dar conta. Para Kucinski (2002 apud Nonato, 2013, p. 3) “ela se confunde com mecanismos sistêmicos e inconscientes de censura inerentes ao processo social de construção da notícia”.

Sobre a invenção da autocensura, Kucinski (1998 apud Fíguro & Nonato, 2016, p. 76) diz que provém de regimes autoritários, pois “a autocensura jornalística é tão originalmente nossa, latino-americana, que essa expressão não é usual dos léxicos de comunicação e jornalismo das democracias liberais”. Avilés (2007, p. 6) complementa a ideia de Kucinski dizendo que o autoritarismo domina o sistema desde os séculos XIX e XX, e “ha logrado el control pleno de los medios, sin importar su respectiva naturaleza”. Com isso, deu-se o início da institucionalização da corrupção e da manipulação da informação<sup>325</sup> e submissão do jornalismo ao poder.

De acordo com o informe do Intercâmbio Internacional de Liberdade de Expressão (IFEX-ALC), em pouco tempo as ameaças, agressões e mortes de jornalistas seguem se agravando e, “la autocensura se ha extendido a otras entidades y se ha convertido en una forma de resistencia, reconocida y prácticamente alentada por funcionarios federales” (IFEX-ALC, 2008, p. 20). Por isso, considera que a autocensura é uma resposta à violência e a grave situação que os profissionais enfrentam. Nesse sentido, uma das formas de autocensura comum no México é

<sup>325</sup> Sobre a manipulação da informação é importante mencionar o ensaio *Significado político da manipulação na grande imprensa*, escrito pelo jornalista brasileiro Perseu Abramo (2006) em que observa quatro padrões de manipulação da imprensa.

a não publicação de matérias sobre determinada temática, ou a não continuidade de pautas anteriormente apuradas, principalmente quando tratam de crime organizado e narcotráfico.

No México, como adverte Avilés (2007, p. 11), “no debemos olvidarlo, el periodismo sufre un altísimo nivel de represión y censura”. Um dos jornalistas mexicanos entrevistados nomeia a censura e a autocensura de “fantasmas” do jornalismo. José Luís Martínez (nome fictício) afirma que a censura existe em diferentes esferas do poder: “En todos los medios de México hay censura y es una censura muy fuerte”. Além disso, o que também existe é a autocensura: “Yo creo que el primer efecto y el más terrible que es a veces disipar la información y nosotros peleamos para que se publique y uno dice ‘no, échame la mano’. Entonces hay mucha autocensura y en otros periódicos existe censura directa con ciertas personas” (Martínez, 2016).

María del Carmen Hernández (nome fictício) acredita que parte-se da autocensura. “Sí hay autocensura porque ni siquiera te das la oportunidad de llegar con una información, ¿no?! Desde ahí estamos mal. Creo que comenzamos con una falla de autocensura” (Hernández, 2016). Para ela, essa é uma posição cômoda, pois é fácil permanecer em uma zona de conforto, em que “nada más transcribo, copio y pego y, ¡ya!, aquí está mi nota. Nadie dice nada y no doy más” (Hernández, 2016). Já Ángel Gabriel López (nome fictício) diz que a autocensura parte de cada jornalista e que depende muito do tipo de trabalho que cada um/a se propõe a fazer. “A partir de ahí tú estás defendiendo ante el jefe de información, ante tu director, ante los lectores, lo que tú has investigado por un día, una semana, ocho meses o por un año” (López, 2016).

Com relação à Ana Karen Gonzáles (nome fictício), ao ser questionada sobre ter sofrido algum tipo de censura, responde que “todos lo pasamos”, aceitando-a como algo natural no meio. “No te queda otra más que decir que estás inconforme. Tenemos la obligación de saber porque no se publica algo pero respectas la decisión de publicar o no” (González, 2016). Figaro e Nonato (2016, p. 73) afirmam que “a autocensura é um lugar-comum, porque incorporada como método de trabalho”.

Ana Karen diz que já foi censurada por questões políticas ou que modificaram o seu texto e o publicaram de outra forma: “si modificaran, pues, que no pongan mi nombre ni mis créditos”, reflète e simplifica: “es la profesión”. Danna Paola Rodríguez (nome fictício) considera “que hay más censura por parte de los directivos, hay más censura por parte de la ciudadanía, hay más censura por parte de la familia, hay más censura por parte del gobierno”. Segundo a jornalista, “la autocensura tú la haces cuando tienes miedo de realizar tú actividad con libre expresión porque sabes que un tema va a ser un ‘bum’. Entonces, si ya lo tienes y tú te autocensuras ¿para qué lo haces?”.

Com relação à prática, María del Carmen exemplifica que ao cobrir um evento na Secretaria de Educação Pública, em um momento delicado, de identificação de documentos falsos de professores, enfrentou censura. “Comienzas a involucrarte en el tema y te das cuenta de que no se trata de apenas un documento apócrifo y, sí, que muchos profesores que no contaban con el título estaban dando clases y que tenían un documento falso... y no era uno o dos, eran decenas” (Hernández, 2016). Quando começou a investigar o assunto, o próprio jornal mudou suas pautas. “Pues llegas a involucrarte en el tema y llegas a revelar más de lo que deberías y te cambian de fuente” (Hernández, 2016). Foi nesse momento, segundo María del Carmen, que disse “con permiso” e diante da oportunidade de estudar no exterior não hesitou em ir.

Ángel Gabriel disse que passou muitos anos fora do estado e em lugares em que o crime e a delinquência organizada são problemas recorrentes. Pode presenciar várias coisas com outros colegas de profissão. Segundo López (2016), “en el principio era censura del medio. El periodista quiere seguir luchando por defender su derecho, pero después ya era por autocensura”. Ángel acredita que os casos ocorrem principalmente por questões políticas e por interesses econômicos. Quanto aos políticos, diz que “son de piel muy sensible ante la crítica” (López, 2016). Para ele, são os donos dos meios de comunicação que mais impõem a censura na rotina do jornalista. “En ese mundo te puedo decir que son dos los fantasmas con los cuales se tiene que lidiar, la censura y la autocensura” (López, 2016).

Juan Manuel García (nome fictício) destaca dois casos de censura. Primeiro, quando trabalhava num periódico local, na feira da cidade havia uma denúncia de arquibancadas com assentos muito precários para as pessoas que frequentavam brigas de galos de rinha. “Hice el reportaje, pero no se publicaba y no se publicaba. Hablé con el jefe de información y le pregunté qué pasaba con el reportaje” (García, 2016). O chefe lhe contou que ofereceram 3 mil pesos para o dono do jornal para que a reportagem não fosse publicada. O dono do periódico queria o dinheiro e também queria entradas para o espetáculo com a rinha de galos. Então, a reportagem de Juan foi utilizada como moeda de troca. De acordo com ele, o que mais lhe deixou nervoso foi que “el dueño es un empresario grande, ¿tu crês que le hacían falta 3 mil pesos y unos boletos más?”.

No segundo caso, quando Juan trabalhava em Acapulco, estava ao lado do prédio da Justiça Federal com um colega esperando para fazer fotos de criminosos. Quando estes saíram do elevador, cobriram o rosto, mas não

conseguiram tapar toda a face. Em seguida passou uma pessoa que lhes disse que de um carro os estavam filmando. Juan queria pegar a sua moto e sair, mas o colega não o deixou ir; então entraram em uma loja comercial e ali permaneceram durante algum tempo. Quando voltou ao jornal, o chefe de informação o estava aguardando. Haviam oferecido um milhão de pesos para que não publicassem as fotos. O diretor pediu que Juan lhe passasse as fotos. Ele disse que refletiu sobre a sua segurança também, “yo voy informar sin comprometerme, no sé qué va a hacer, si ellos van a aceptar un millón de pesos o no. Entonces le pasé las fotos” (García, 2016). No outro dia, a matéria e as fotos foram publicadas. O chefe da redação não havia aceitado o dinheiro. “A la vez no me comprometí tanto porque ya teníamos un fotógrafo amenazado, entonces no quería que sucediera eso conmigo”, completa.

Aqui refletimos sobre as duas posturas distintas relatadas por Juan: primeiro, quando o patrão usa a reportagem escrita pelo jornalista como um objeto de troca a fim de satisfazer interesses próprios; segundo, quando o jornal não aceitou o dinheiro. A censura, portanto, pode chegar até os meios de comunicação, mas são os donos, os diretores e/ou editores que, neste caso, tomam a decisão que pode interferir ou não no trabalho realizado pelo/a jornalista.

De acordo com Ana Karen, um dos maiores problemas é que os meios de comunicação dependem praticamente da publicidade. Nesse sentido,

*[...] los medios de comunicación son “controlados” por el gobierno a través de convenios de la publicidad oficial, pues esta es el principal sustento económico, por tanto los directivos cuidan mucho la información, sobre todo aquella que no deteriore la imagen del gobernante en turno ante la sociedad. Hay algunos que a pesar de este condicionamiento definen una línea editorial de crítica y procuran equilibrar la información. (González, 2016).*

Para ela, essa é uma maneira de restringir a liberdade de expressão “y estamos condicionados porque muchas veces el poder público interviene de cierta forma en los periódicos o en la asignación de un reportero a determinada fuente, si tú eres incomodo a el gobernador o a un político te cambian a otra fuente” (González, 2016). José Luís concorda com Ana Karen nesse ponto, pois para ele o nível de censura é muito maior no jornal impresso do que em outras plataformas e atribui isso ao fato da publicidade que interfere no modo de fazer do jornalismo diário.

Juan Manuel vê a questão da liberdade de imprensa sob três perspectivas: da autoridade, dos donos dos meios de comunicação e outra, pessoal. “De la autoridad siempre va estar preocupada que no exista libertad de prensa” (García, 2016). De acordo com Juan, a liberdade de imprensa é usada para fazer jornalismo crítico e isso não interessa ao estado. Depois, quanto aos donos de comunicação, estes veem a liberdade dos jornais, a liberdade empresarial, “que va estar en función de su interés económico, ponen y usan el periódico para chantajear, recibir capitales del estado y para hacer negocios alternos a su periódico, son también dueños de clasificados y eso se refleja en los salarios de los trabajadores” (García, 2016). O terceiro ponto é que a liberdade de imprensa tem uma perspectiva pessoal, que “son los márgenes en los que tú te puedes mover” (García, 2016). Ele assegura que há pessoas que entram no jornalismo somente porque podem ganhar dinheiro. Além disso, diz que outros escolhem a área porque pode lhe dar status e conectar com políticos e narcotraficantes, por exemplo. “En México está terrible para ejercer una verdadera libertad y hay ejemplos emblemáticos, Carmen Aristegui es uno de ellos, y otros periodistas perseguidos. Entonces es grave la situación” (García, 2016). Carmen Aristegui virou um exemplo de profissional que enfrenta os “poderosos” no país.

Mattos (2005, p. 163) afirma que alguns veículos de comunicação tomam posturas amigáveis frente ao governo e “têm se beneficiado de empréstimos, subsídios, isenção de impostos, além de receberem publicidade oficial”. Outros, podem não assumir a mesma postura e o tratamento tampouco será o mesmo. Nesse sentido, diz que a censura pode ser motivada de forma indireta. “Ela pode induzir a autocensura, estimulando um sentimento de compromisso político que gera o medo de contar a verdade” (p. 163).

Voltando às experiências de José Luís, atualmente, afirma que está em um veículo em que a censura é uma questão empresarial. Por sua vez, ao refletir sobre a situação atual do jornalismo no país Juan Manuel García afirma: “Ahorita estamos muy mal. Muchos periodistas solo trabajan en medios comerciales por el salario. Yo veo que hay mucha censura de los reportajes y noticias diarias. Impunidad. En el periodismo formal en los medios está en una resaca de una buena etapa del periodismo”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio das reflexões aqui levantadas é possível verificar que há silenciamentos que permeiam diversos setores da sociedade, em que também há um jogo de poder e de interesses que limitam o *fazer* jornalismo. Os relatos dos/as entrevistados/as esclarecem que muitos/as consideram a autocensura mais perigosa que a censura e, inclusive, praticam a primeira para evitar demissões, processos judiciais ou ameaças. Em meio às confissões que vêm pelas entrevistas em profundidade, o silêncio aparece como uma prescrição para o trabalho.

Ferramentas perigosas contra a democracia, a censura e a autocensura, freiam o trabalho daqueles/as que tentam trazer à luz algumas temáticas consideradas obscuras no país que enfrenta contextos de violência e risco. Nesse sentido, uma das maiores queixas é direcionada aos meios de comunicação tradicionais, em que, especialmente em relação aos jornais impressos, há relatos de censura e repressão. De certo modo, há uma naturalização e até um conformismo por parte dos/as jornalistas com relação à aceitação da censura e autocensura na prática jornalística no México. Todavia, os profissionais têm buscado saídas desses controles exercidos nos meios comerciais, quer se dirigindo ao ensino de jornalismo nas universidades, quer criando seus próprios meios de comunicação, especialmente digitais.

## REFERÊNCIAS

- Arfuch, L. (1995). *La entrevista, una invención dialógica*. Barcelona: Paidós.
- Artigo 19. (2015) *Relatório anual 2015: Violações à liberdade de expressão*. Recuperado em 12 maio 2017, de <https://www.abert.org.br/web/images/Biblioteca/Liberdade/Liberdadeimprensa2015.pdf>
- Avilés, R. (2007). La censura al periodismo en México: revisión histórica y perspectivas. *Razón y Palabra*, 12(59).
- Federação Nacional dos Jornalistas. (2014). *Relatório anual 2014: Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil*. Recuperado em 12 maio 2017, de <http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/06/relatorio-fenaj-2014.pdf>
- Figaro, R.; Nonato, C. (2016). A autocensura como aspecto da prática no mundo do trabalho dos jornalistas. *Libero*, 19(37), 71-80.
- García, J. M. (2016). Entrevista concedida às autoras. México.
- González, A.K. (2016). Entrevista concedida às autoras. México.
- Hernández, M. C. (2016). Entrevista concedida às autoras. México.
- Intercâmbio Internacional de Liberdade de Expressão (2008). *Libertad de prensa en México: la sombra de la impunidad y la violencia*. Recuperado em 31 mar. 2017, de [https://www.ifex.org/mexico/2008/11/05/libertad\\_de\\_prensa\\_en\\_mexico\\_la/es/](https://www.ifex.org/mexico/2008/11/05/libertad_de_prensa_en_mexico_la/es/)
- Lima, V.A. (2011, mar. 22). O silêncio como forma de censura. *Observatório de Imprensa*, 634, páginas Recuperado em 12 nov. 2017, de <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o-silencio-como-forma-de-censura/>
- López, A.G. (2016). Entrevista concedida às autoras. México.
- Martínez, J.L. (2016). Entrevista concedida às autoras. México.
- Mattos, S. (2005). *Mídia controlada: a história da censura no Brasil e no mundo*. São Paulo: Paulus.
- Nonato, C. (2013). A censura noticiada: um olhar sobre as notícias arquivadas na Hemeroteca Digital do OBCOM. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, São Paulo, 36.
- Pereira, F.H. (2012). Conversando com jornalistas: a perspectiva do interacionismo simbólico. In B. Marocco (Org.). *Entrevista: na prática jornalística e na pesquisa*. Porto Alegre: Libretos.
- Press Emblem Campaign. (2016). Recuperado em 2 abr. 2017 de <http://www.presseblem.ch/casualties.shtml>
- Reporteros Sin Fronteras. (2017). *Clasificación Mundial 2016*. Recuperado em 1 abr. 2017, de <http://www.rsf-es.org/news/clasificacion-mundial-2016-de-la-libertad-de-prensa-la-paranoia-de-los-dirigentes-frente-a-los-periodistas/>
- Reporteros Sin Fronteras. (2018). *Informe Anual 2017*. Recuperado em 1 fev. 2018, de <http://www.informeanualesf.es/>
- Rodríguez, D. P. (2016). Entrevista concedida às autoras. México.
- Travancas, I. (2012). A entrevista no Jornalismo e na Antropologia: pesquisando jornalistas. In B. Marocco (Org.). *Entrevista: na prática jornalística e na pesquisa*. Porto Alegre: Libretos.
- Unesco. (2017). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios*. Recuperado em 15 nov. 2017, de <http://ipysvenezuela.org/wp-content/uploads/2017/11/Reporte-UNESCO-2017-2018.pdf>
- Zamora, A.R.O. (2016). *Jornalismo e liberdade de imprensa em Sinaloa, México, em contexto de violência*. Dissertação, Comunicação, Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO, Brasil.



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

CICOM

Centro de  
Investigación en  
Comunicación

**ALAIC**

**ALAIC 2018**

30 JUL-01 AGO | COSTA RICA



PATROCINADORES



CONSEJO NACIONAL  
DE RECTORES



ES... MUUUCHA GALLETA!



PROFESIONALES  
EN COMUNICACIÓN  
COLEGIO DE PERIODISTAS  
DE COSTA RICA

